

Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin İnternet Kullanım Alışkanlıkları İle Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi

An Examination Of Internet Usage Habits And Attitudes Towards Wearable Sports Technology Products Among Students Of The Faculty Of Sports Sciences

Ayşegül Anıl¹, Yunus Emre Çingöz²

*Correspondence:

Yunus Emre ÇİNGÖZ

yunusemrecingoz@bayburt.edu.tr

¹GSB

²Bayburt Üniversitesi, Spor

Bilimleri Fakültesi,

Bayburt/TÜRKİYE.

yunusemrecingoz@bayburt.edu.tr

Orcid Id: 0000-0003-2624-4436



<https://doi.org/10.5281/zenodo.17693386>

Received / Gönderim: 28.02.2025

Accepted / Kabul: 10.05.2025

Published / Yayın: 30.06.2025

Volume 2, Issue 2, June, 2025

Cilt 2, Sayı 2, Haziran, 2025

Abstract

This study aims to examine the relationship between the internet usage habits of students at Bayburt University Faculty of Sports Sciences and their attitudes towards wearable technological sports products. The research employs a general survey model, designed to describe and analyze the current situation as it exists. The study group consists of students enrolled in various departments at Bayburt University Faculty of Sports Sciences during the 2024-2025 academic year. Data collection was conducted using a two-part scale form. The first part comprised a personal information form, including demographic details, while the second part utilized the "Attitude Scale Towards Wearable Technological Sports Products (GTSÜYTÖ)" developed by Çar et al. (2022) and the "Internet Usage Habits Scale (İKAÖ)" developed by Özeren and Akpınar (2016). In the digital age, the widespread use of the internet and the integration of wearable technologies into sports play a crucial role in enhancing athletes' performance. Although previous literature has examined the role of the internet in accessing information, it has not sufficiently detailed how these habits shape attitudes towards wearable sports technologies. This study aims to fill this gap by analyzing how the frequency and purpose of internet use influence students' attitudes towards wearable technologies. The research findings indicate that variables such as gender, age, graduation status, frequency of physical activity, and the purpose of internet use have a significant effect on attitudes towards wearable technologies. Students engaged in individual sports, those who participate in regular physical activity, and long-term internet users exhibit more positive attitudes towards wearable technologies. Additionally, the duration and purpose of internet use directly influence attitudes towards wearable technological sports products. The findings of this study are expected to make significant contributions to research in the field of sports sciences related to internet and technology-based studies, providing valuable insights into how athletes interact with technology.

Keywords Internet addiction, wearable sports technology, digital attitude technology, technology usage.

ÖZ

Bu çalışma, Bayburt Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin internet kullanım alışkanlıkları ile giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi incelemeyi amaçlamaktadır. Araştırmada genel tarama modeli kullanılmış olup, bu model mevcut bir durumu olduğu gibi betimleyerek analiz etmeyi amaçlamaktadır. Araştırma grubunu, 2024-2025 akademik yılında Bayburt Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi'nde öğrenim gören farklı bölümlerdeki öğrenciler oluşturmaktadır. Veri toplama aracı olarak iki bölümden oluşan bir ölçek formu kullanılmıştır. İlk bölümde demografik bilgilerin yer aldığı kişisel bilgi formu, ikinci bölümde ise Çar ve arkadaşları (2022) tarafından geliştirilen "Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği (GTSÜYTÖ)" ve Özeren ve Akpınar (2016) tarafından geliştirilen "İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği (İKAÖ)" kullanılmıştır. Dijital çağda internetin yaygın kullanımı ve giyilebilir teknolojilerin spora entegrasyonu, sporcuların performanslarını artırmada önemli bir rol oynamaktadır. Giyilebilir teknolojik spor ürünleri, profesyonel sporcuların yanı sıra öğrenciler ve amatör sporcular için de antrenman ve müsabakalarda kritik bir destek aracı haline gelmiştir. Bu çalışmada literatürde, internetin bilgiye erişimdeki rolü incelenmiş ancak bu alışkanlıkların giyilebilir spor teknolojilerine olan tutumları nasıl şekillendirdiği yeterince detaylandırılmamıştır. Bu çalışma, öğrencilerin internet kullanım sıklığı ve amaçlarının, giyilebilir teknolojilere yönelik tutumlarını nasıl etkilediğini analiz ederek bu boşluğu doldurmayı amaçlamaktadır. Araştırma bulguları, cinsiyet, yaş, mezuniyet durumu, spor yapma sıklığı ve internet kullanım amacı gibi değişkenlerin giyilebilir teknolojilere yönelik tutumlar üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu göstermektedir. Bireysel spor yapan, düzenli fiziksel aktivitede bulunan ve uzun süreli internet kullanıcılarının giyilebilir teknolojilere daha olumlu yaklaştığı belirlenmiştir. Ayrıca, internet kullanım süresi ve amacı, giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumları doğrudan etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler İnternet bağımlılığı, giyilebilir spor teknolojisi, dijital tutum teknoloji, teknoloji kullanımı.

<https://www.ijoss.org/Archive/issue2-volume2/ijoss-Volume2-issue2-33.pdf>

Giriş

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler, toplumsal yapıda ve işleyişte köklü dönüşümlere yol açmış; Bilgi ve İletişim Teknolojileri (BİT) yaşamın hemen her alanında merkezi bir konuma yerleşmiştir (Şahin, Çelik & Altınışık, 2019). İnternet ve cep telefonları, özellikle genç nüfus ve üniversite öğrencileri arasında hem iletişim hem de bilgiye erişim açısından vazgeçilmez araçlar hâline gelmiştir. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (2011) verilerine göre, cep telefonu sahiplik oranlarının çok yüksek olması, bireylerin bu teknolojilere olan bağımlılığını göstermektedir. Araştırmalar, gençlerin cep telefonlarını yalnızca iletişim aracı olarak değil, aynı zamanda bir statü göstergesi ve kendini ifade etme aracı olarak gördüğünü ortaya koymaktadır (Oksman & Turtiainen, 2004; Srivastava, 2005). Bu durum, mobil teknolojilerin eğitim süreçlerine entegrasyonunu ve öğrencilerin öğrenme alışkanlıklarındaki dönüşümü anlamayı önemli hâle getirmektedir.

Dijital dönüşümün önemli bir parçası olan giyilebilir teknolojik ürünler, sağlık, eğitim ve ticaretin yanı sıra spor alanında da hızla yaygınlaşmaktadır. Sportif başarı, bireyler için bir ilham kaynağı olurken, insanlar fiziksel katılımın yanında giyilebilir teknolojik ürünler aracılığıyla da yaşam kalitelerini ve fiziksel aktivitelerini artırmaya çalışmaktadır (Frick & Wicker, 2016; Stride vd., 2015). Ticari şirketler uzun süredir sporun cazibesinden yararlanarak spor temalı ürünleri pazarlama stratejilerinin merkezine yerleştirmiştir (Fransen vd., 2013). Ancak ekonomik kısıtlılıklar ve teknolojik yetersizlikler nedeniyle bu dijital imkânlardan herkes eşit düzeyde yararlanamamakta, bu da sporcular arasında gelişimsel farklılıkların artmasına yol açmaktadır (Dumangöz, 2022). Zamanlama ve performans ölçümüyle özdeşleşen Timex, Tissot ve Longines gibi markaların spor organizasyonlarındaki teknolojik kullanımları (Fransen vd., 2013; Donzé, 2020), Polar gibi firmaların kalp atım hızı monitörleri (Do vd., 2015) ve bazı kulüplerin formaları sponsorluk ürünü olarak kullanması, spor ve giyilebilir teknolojilerin kesişimini somut biçimde ortaya koymaktadır.

Son yıllarda geliştirilen Nike™ FuelBand gibi ürünler, fiziksel aktiviteyi üç eksenli ivmeölçerler aracılığıyla ölçerek hareket, adım sayısı ve kalori harcamasını analiz etmekte ve bu verileri Nike™ Fuel gibi performans göstergelerine dönüştürmektedir (Crowley-Koch & Van Houten, 2013). Giyilebilir teknolojik spor ürünleri; günlük yaşam, beslenme, dinlenme, antrenman ve müsabaka süreçlerini kapsayan geniş bir çerçevede sporcuların kendilerini geliştirmelerine, performanslarını izlemelerine ve daha planlı bir yol haritası oluşturmalarına katkı sağlamaktadır. Bu nedenle, giyilebilir teknolojilere yönelik algıların ve tutumların incelenmesi, spor bilimleri ve teknoloji entegrasyonu açısından önemli bir araştırma alanı olarak öne çıkmaktadır (Yüce vd., 2021; Metin vd., 2023; Eteke vd., 2018; Hliš vd., 2024).

Bu bağlamda, spor bilimleri alanında öğrenim gören öğrencilerin internet kullanım alışkanlıkları ile giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlarının birlikte ele alınmasının literatürde önemli bir boşluğu dolduracağı anlaşılmaktadır. Mevcut çalışmalar internet ve cep telefonu kullanımının pedagojik ve sosyal etkilerini incelemekle birlikte (Duman, 2008; Çakır vd., 2022a), internet kullanım alışkanlıklarının giyilebilir spor teknolojilerine yönelik tutumlarla ilişkisini ayrıntılı biçimde ele alan araştırmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Dolayısıyla bu çalışma, Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin internet kullanım alışkanlıkları ile giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlarını inceleyerek, spor ve teknoloji etkileşiminin anlaşılmasına katkı sunmayı ve alanyazındaki boşluğu gidermeyi amaçlamaktadır.

Materyal ve Yöntem

Bu araştırmada, nicel araştırma yöntemlerinden genel tarama modeli kullanılmıştır. Genel tarama modeli, mevcut bir durumun ya da geçmişte devam eden bir olay veya olgunun var olduğu şekliyle betimlenmesini ve analiz edilmesini amaçlayan bir araştırma yaklaşımıdır. Bu model, araştırma konusu olan Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin internet kullanım alışkanlıkları ile giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi, mevcut durumu olduğu gibi ortaya koyarak incelemeye olanak tanımaktadır (Karasar, 2009; Büyüköztürk, 2017). Araştırmanın bu model çerçevesinde gerçekleştirilmesi, çalışmanın sistematik ve nesnel bir şekilde yapılandırılmasını sağlamıştır.

Hipotezler

Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin internet kullanım alışkanlıklarını ve bu alışkanlıkların giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumları üzerindeki etkilerini ilişkin tutumları tespit etmektir. Bu amaçlar çerçevesinde cevap aranan sorular şöyle sıralanabilir

- H1: Katılımcıların ölçek puanları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H2: Giyilebilir teknolojiler kavramını duyan ve duymayan katılımcıların ölçek puanları arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H3: Katılımcıların ölçek puanları spor türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H4: Düzenli spor yapan ve yapmayan katılımcıların ölçek puanları arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H5: Katılımcıların GTSA düzeylerine göre ölçek puanları arasında anlamlı bir farklılık vardır.
- H6: Katılımcıların ölçek puanları eğitim gördükleri bölüme göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H7: Katılımcıların ölçek puanları sınıf düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H8: Katılımcıların ölçek puanları gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H9: Katılımcıların GTSÜYTÖ puanları internet kullanım amacına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H10: Katılımcıların İKAÖ puanları internet kullanım amacına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.
- H11: Katılımcıların GTSÜYTÖ ve İKAÖ puanları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Evren Ve Örneklem Grubu

Bu araştırma grubu, 2024-2025 akademik yılında Bayburt Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi'nde öğrenim gören, farklı bölümlerde ve sınıf seviyelerinde bulunan öğrencilerden oluşmaktadır. Çeşitli akademik geçmişlere ve ilgi alanlarına sahip bu öğrenciler, araştırmanın çok yönlü bir perspektifle ele alınmasına katkı sağlamaktadır.

Veri Toplama Araçları

Veri toplama aracı olarak kullanılan ölçek formu toplamda iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özellikleri hakkında bilgi edilmesi amacıyla cinsiyet, Bölüm, Sınıf düzeyi, Günlük İnternet Kullanım Süresi, İnternete Girilen Cihaz Türü, gelir düzeyi, Birlikte kalınan Konut/Yurt Durumu vb., Aktif Spor yapma Yapmadıkları, E-ticaret sitelerinden alış veriş yapma durumları, İnternette bulunma sebppleri vb. soruların olduğu 'kişisel bilgi formu' kullanılmıştır. İkinci bölümde, Çar vd. (2022) tarafından geçerlik güvenirlik çalışması yapılan "Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği (GTSÜYTÖ)" ve Özeren ve Akpınar, 2016 tarafından geçerlik güvenirlik çalışması yapılan "İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği- İKAÖ" kullanılmıştır.

Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği (GTSÜYTÖ):

GTSÜYTÖ 14 maddelik bir ölçektir. Ölçek incelendiğinde 9 madde (1,2,3,4,5,6,7,8,9) Pozitif Tutum (PT) ve 5 madde (10,11,12,13,14) Negatif Tutum (NT) olarak isimlendirilmiştir. Negatif tutum ölçeği puanları ters kodlanmıştır. Ölçekteki ifadeler 5' li likert tipinde puanlamadan meydana gelmiştir.

İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği (İKAÖ)

İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği (İKAÖ), üniversite öğrencilerinin cep telefonu ve interneti kullanma alışkanlıklarını belirlemek için geliştirilmiş bir ölçektir. Ölçek 20 madde likert tipinde derecelendirilmiştir. Ölçekteki beşli likert derecelendirmesi şu şekilde sıralanmıştır: 5- Her zaman, 4-Sık sık, 3-Fikrim yok, 2-Nadiren, 1-Hiçbir Zaman'dır.

Kişisel Bilgi Formu

Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin İnternet Kullanım Alışkanlıkları ile Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutumlarının belirlemek amacıyla bu kavramlarla ilgili olabileceği düşünülen değişkenlere ait verilerin elde edilebilmesi için araştırmacılar tarafından hazırlanmış olan bir "Kişisel Bilgi Formu" kullanılacaktır. Hazırlanan bu formda katılımcıların cinsiyet, Bölüm, Sınıf düzeyi, Günlük İnternet Kullanım Süresi, İnternete Girilen Cihaz Türü, gelir düzeyi, Birlikte kalınan Konut/Yurt Durumu vb., Aktif Spor yapma yapmadıkları, E-ticaret sitelerinden alış veriş yapma durumları, İnternette bulunma sebppleri vb spor yapma sıklığı durumlarını belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır.

Süreç/Uygulama

Bu çalışmada, Spor Bilimleri Fakültesi öğrencilerinin internet kullanım alışkanlıkları ile giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumları incelenmiştir. Araştırma süreci, kapsamlı bir literatür taramasıyla başlamış, geçerliliği ve güvenirliği kanıtlanmış ölçekler kullanılarak veri toplama aşamasına geçilmiştir. Katılımcılara araştırmanın amacı, kapsamı ve gönüllülük esasları hakkında bilgi verilmiş, yüz yüze ve Google Form üzerinden anketler uygulanmıştır. Veri toplama süreci 4 hafta sürmüş ve katılımcı başına anketin tamamlanması yaklaşık 5 dakika almıştır. Toplanan veriler SPSS-27 programında analiz edilerek, eksik veya hatalı girişler düzeltilmiş ve normallik testleri uygulanmıştır. Bu süreçte, verilerin istatistiksel analiz için uygunluğu değerlendirilmiş ve uygun testler kullanılarak ilişki analizi yapılmıştır. Araştırma, internet kullanımının giyilebilir spor teknolojilerine yönelik tutumları nasıl etkilediğine dair kapsamlı bir bakış açısı sunmaktadır.

Veri Analizi

Araştırma verilerinden elde edilen veriler, SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde tanımlayıcı istatistik yöntemleri (sayı, yüzde, ortalama, standart sapma) kullanılmıştır. İki bağımsız grup arasında niceliksel sürekli verilerin karşılaştırılmasında t-testi, ikiden fazla bağımsız grup arasında niceliksel sürekli verilerin karşılaştırılmasında tek yönlü Anova testi kullanılmıştır. Anova testi sonrasında gruplar arasındaki farklılıkları belirlemek üzere tamamlayıcı post-hoc analizi gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular %95 güven aralığında, %5 anlamlılık düzeyinde analiz edilmiştir.

Normallik Testi

Araştırmada veri analizi yaparken örneklem büyüklüğü, kullanılacak istatistik yöntemlerin seçiminde önemli bir rol oynamaktadır. Bu çalışmada, verilerin normal dağılıma verilerin çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerleri değerlendirilerek dağılımın özellikleri hakkında daha fazla bilgi edinilmiştir.

Tablo 1. Katılımcılara Uygulanan Ölçek Puanlarının Çarpıklık (Skewness) ve Basıklık (Kurtosis) Değerleri

	N	Ortalama	Std. Hata	Min.	Maks.	Çarpıklık	Std. Hata	Basıklık	Std. Hata
İKAÖ	390	3,488	0,563	1,90	4,80	-0,168	0,124	-0,273	0,247
GTSÜYTÖ	390	3,455	0,568	1,79	4,93	-0,053	0,124	-0,324	0,247

Tablo 1 incelendiğinde katılımcılardan elde edilen verilerde yer alan çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerleri, verilerin normal dağılıma yakın olduğunu göstermektedir. İKAÖ (İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği) için çarpıklık değeri -0,168 ve basıklık değeri -0,273 olarak hesaplanmıştır. Bu değerler, dağılımın hafif sola çarpık ve basıklığın normale oldukça yakın olduğunu göstermektedir. GTSÜYTÖ için ise çarpıklık değeri -0,053 ve basıklık değeri -0,324 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar, verilerin simetrik bir dağılıma yakın olduğunu ve uç değerlerin az olduğunu göstermektedir. Her iki ölçeğin çarpıklık ve basıklık değerleri ± 1 sınırları içinde yer aldığı için, verilerin normal dağılıma uygun olduğu söylenebilir. Çarpıklık ve Basıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 arasında değer alması verilerin normal dağılıma sahip olduğunu göstermektedir (Tabachnick & Fidell, 2013). Bu araştırma kapsamında elde edilen veriler için normallik varsayımını sağladığı kabul edilmiş ve parametrik testler gerçekleştirilmiştir.

Tablo 2: Veritoplama Araçlarına ait Cronbach's Alpha Değerleri

	Cronbach's Alpha	Madde Sayısı
İKAÖ	.718	10
GTSÜYTÖ	0,737	14

Araştırmada kullanılan ölçeklerin iç tutarlılığını değerlendirmek amacıyla Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayısı hesaplanmıştır.

Sonuçlar aşağıda sunulmaktadır:

Toplamda 10 madde bulunan İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği (İKAÖ): Cronbach's Alpha değeri 0.718 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, ölçeğin kabul edilebilir bir iç tutarlılığa sahip olduğunu göstermektedir (Cronbach, 1951).

Toplamda 14 madde içeren, Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği (GTSÜYTÖ): Cronbach's Alpha değeri 0.737 olarak bulunmuştur. Bu sonuç, ölçeğin iyi bir güvenilirlik seviyesine sahip olduğunu ifade etmektedir (Field, 2013). Her iki ölçek için elde edilen Cronbach's Alpha değerleri, ölçümlerin güvenilir olduğunu ve araştırma kapsamında kullanılabilir nitelikte olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, araştırmanın veri toplama araçlarının güvenilirlik açısından yeterli olduğu söylenebilir (Tavakol & Dennick, 2011; Nunnally & Bernstein, 1994).

Bulgular

Tablo 3: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişkenler		f	%
Cinsiyet	Erkek	211	54,1
	Kadın	179	45,9
	Toplam	390	100,0
Bölüm	Beden Eğitimi ve Spor	61	15,6
	Spor Yöneticiliği	101	25,9
	Antrenörlük	129	33,1
	Rekreasyon	99	25,4
	Toplam	390	100,0
Sınıf	1.Sınıf	96	24,6
	2.Sınıf	109	27,9
	3.Sınıf	93	23,8
	4.Sınıf	92	23,6
Daha Önce Giyilebilir Teknolojiler kavramını duymuş muydunuz?	Evet	158	40,5
	Hayır	232	59,5
Spor Türü	Bireysel Sporlar	282	72,3
	Takım Sporları	108	27,7
İnternet Kullanım Amacı	Sohbet	79	20,3
	Müzik	77	19,7
	Webde Sörf	85	21,8
	Eğitim	42	10,8
	Sosyalleşme	61	15,6
	Online Oyunlar	23	5,9
	Diğer	23	5,9
Gelir Düzeyi	İyi	155	39,7
	Orta	172	44,1
	Zayıf	63	16,2
Düzenli Spor Yapma Durumu	Evet	235	60,3
	Hayır	155	39,7
Günlük İnternet Kullanım Süresi	1-3 Saat	17	4,4
	4-6 Saat	124	31,8
	7-9 Saat	124	31,8
	9+ Saat	125	32,1
İnternete Erişim Yöntemi	Akıllı Telefonlar	306	78,5
	Bilgisayar	50	12,8
	Tablet	10	2,6
	Diğer	24	6,2
İleride giyilebilir teknolojik spor ürünleri satın almayı düşünüp düşünmüyorsunuz?	Evet	206	52,8
	Hayır	184	47,2
	Toplam	390	100,0

Araştırmaya katılan toplam 390 öğrencinin demografik özellikleri incelenmiştir. Katılımcıların %54,1'i erkek (n=211) ve %45,9'u kadın (n=179) durumundadır. Öğrencilerin öğrenim gördüğü bölümlere bakıldığında, %33,1'i Antrenörlük, %25,9'u Spor Yöneticiliği, %25,4'ü Rekreasyon ve %15,6'sı Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği bölümünde yer almaktadır.

Sınıf düzeyi dağılımı incelendiğinde, katılımcıların %24,6'sı birinci sınıf, %27,9'u ikinci sınıf, %23,8'i üçüncü sınıf ve %23,6'sı dördüncü sınıf öğrencisi durumundadır.

Katılımcıların %40,5'i (n=158) "Giyilebilir Teknolojiler" kavramını duyduğunu, %59,5'i (n=232) ise duymadığını ifade etmiştir.

Spor türü tercihleri açısından, katılımcıların %72,3'ü bireysel sporlarla, %27,7'si takım sporlarıyla ilgilenmektedir. İnternet kullanım amaçları değerlendirildiğinde, öğrencilerin %21,8'i webde sörf, %20,3'ü sohbet, %19,7'si müzik, %15,6'sı sosyalleşme, %10,8'i eğitim, %5,9'u online oyun ve %5,9'u diğer amaçlarla internet kullandığını belirtmiştir.

Gelir düzeyi dağılımı incelendiğinde, katılımcıların %44,1'i orta, %39,7'si iyi, %16,2'si düşük gelir grubunda bulunmaktadır. Katılımcıların %60,3'ü düzenli spor yaptığını, %39,7'si düzenli spor yapmadığını ifade etmektedir. Günlük internet kullanım süreleri değerlendirildiğinde, katılımcıların %32,1'i 9 saatten fazla, %31,8'i 7-9 saat, %31,8'i 4-6 saat ve %4,4'ü 1-3 saat internet kullanmaktadır.

İnternete erişim araçları bakımından, katılımcıların %78,5'i akıllı telefon, %12,8'i bilgisayar, %2,6'sı tablet ve %6,2'si diğer cihazları kullanmaktadır. Son olarak, katılımcıların %52,8'i giyilebilir teknolojik spor ürünleri satın almayı düşündüğünü, %47,2'si ise düşünmediğini ifade etmiştir. Bu bulgular, katılımcıların demografik ve teknolojik kullanım özelliklerini nesnel biçimde ortaya koymaktadır.

Tablo 4: Katılımcılara Uygulanan Ölçek Puanlarının Cinsiyet a Göre Bağımsız Grup T Testi Analiz Sonuçları

Ölçekler	Değişkenler	Gruplar	n	X	Ss	t testi		
						t	sd	P
İKAÖ	Cinsiyet	Erkek	211	3,30	0,514	-7,647	371,733	0,001*
		Kadın	179	3,71	0,538			
GTSÜYTÖ	Cinsiyet	Erkek	211	3,25	0,551	-8,42	387,334	0,001*
		Kadın	179	3,70	0,487			

* p<0,05 ; İKAÖ:İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği;GTSÜYTÖ:Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği

Tablo 4'de, katılımcıların cinsiyet değişkenine göre yapılan bağımsız grup t-testi analizinde, İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği (İKAÖ) ve Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği'nde (GTSÜYTÖ) kadın ve erkek katılımcılar arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. İKAÖ'de kadınların (X = 3,71) puanları erkeklerden (X = 3,30) anlamlı derecede daha yüksek bulunmuştur (t = -7,647, p = 0,001). Benzer şekilde, GTSÜYTÖ'de de kadınların (X = 3,70) ortalama puanları erkeklerin (X = 3,25) puanlarından anlamlı derecede daha yüksektir (t = -8,42, p = 0,001). Her iki ölçek için p < 0,05 düzeyinde anlamlılık sağlanmış olup, kadınların internet kullanımı ve giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlarının erkeklerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 5: Katılımcılara Uygulanan Ölçek Puanlarının Daha Önce Giyilebilir Teknolojiler Kavramını Duyma Durumu Değişkenine Göre Bağımsız Grup T Testi Analiz Sonuçları

s	Değişkenler	Gruplar	n	X	Ss	t testi		
						t	sd	P
Daha Önce Giyilebilir Teknolojileri Duydunuzmu?	İKAÖ	Evet	158	3,6019	0,62266	3,343	388	0,001
		Hayır	232	3,4103	0,50485			
	GTSÜYTÖ	Evet	158	3,7224	0,53671	8,238	328,039	0,001
		Hayır	232	3,2737	0,51513			

* p<0,05 ; İKAÖ:İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği;GTSÜYTÖ:Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği

Tablo 5'de, katılımcıların daha önce giyilebilir teknolojiler kavramını duyup duymama durumuna göre yapılan bağımsız grup t-testi analizinde, her iki ölçekte

anlamli farklılıklar tespit edilmiştir. İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği'nde (İKAÖ) giyilebilir teknolojileri duyan katılımcıların ($X = 3,60$) puanlarının, duymayanlara ($X = 3,41$) kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($t = 3,343$, $p = 0,001$). Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği'nde (GTSÜYTÖ) de giyilebilir teknolojileri duyanların ($X = 3,72$) puanlarının, duymayanlara ($X = 3,27$) kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($t = 8,238$, $p = 0,001$). Her iki ölçekte de $p < 0,05$ düzeyinde anlamlılık sağlanmış olup, giyilebilir teknolojiler kavramını duyan katılımcıların hem internet kullanım alışkanlıklarının hem de giyilebilir spor ürünlerine yönelik tutumlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 6: Katılımcılara Uygulanan Ölçek Puanlarının Spor Türü Değişkenine Göre Bağımsız Grup T Testi Analiz Sonuçları

Ölçekler	Değişkenler	Gruplar	n	X	Ss	t testi		
						t	sd	P
İlgilendikleri Spor Türü	İKAÖ	Bireysel Sporlar	282	3,63	0,513	8,326	187,922	0,001
		Takım Sporları	108	3,13	0,531			
	GTSÜYTÖ	Bireysel Sporlar	282	3,53	0,561	4,374	4,374	0,001
		Takım Sporları	108	3,26	0,541			

* $p < 0,05$; İKAÖ:İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği;GTSÜYTÖ:Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği

Tablo 6'da, katılımcıların ilgilendikleri spor türüne (bireysel veya takım sporları) göre yapılan bağımsız grup t-testi analizinde, her iki ölçekte anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği'nde (İKAÖ), bireysel sporlarla ilgilenen katılımcıların ($X = 3,63$) puanlarının, takım sporlarıyla ilgilenenlere ($X = 3,13$) kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($t = 8,326$, $p = 0,001$). Benzer şekilde, Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği'nde (GTSÜYTÖ) de bireysel sporlarla ilgilenen katılımcıların ($X = 3,53$) puanlarının, takım sporlarıyla ilgilenenlerden ($X = 3,26$) anlamlı derecede daha yüksek olduğu tespit edilmiştir ($t = 4,374$, $p = 0,001$). Her iki ölçekte de $p < 0,05$ düzeyinde anlamlılık sağlanmış olup, bireysel sporlarla ilgilenen katılımcıların internet kullanım alışkanlıklarının ve giyilebilir spor teknolojilerine yönelik tutumlarının takım sporlarıyla ilgilenenlerden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7: Katılımcılara Uygulanan Ölçek Puanlarının Düzenli Spor Yapma Değişkenine Göre Bağımsız Grup T Testi Analiz Sonuçları Spor Yapma Durumu

Ölçekler	Değişkenler	Gruplar	n	X	Ss	t testi		
						t	sd	P
Düzenli Spor Yapıyor musunuz?	İKAÖ	Evet	235	3,39	0,564	-4,417	345,125	0,01
		Hayır	155	3,64	0,527			
	GTSÜYTÖ	Evet	235	3,55	0,575	4,025	348,301	0,01
		Hayır	155	3,32	0,529			

* $p < 0,05$; İKAÖ:İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği;GTSÜYTÖ:Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği

Tablo 7'de, katılımcıların düzenli spor yapma durumuna göre yapılan bağımsız grup t-testi analizinde, her iki ölçekte anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği'nde (İKAÖ), düzenli spor yapan katılımcıların ($X = 3,39$) puanlarının, düzenli spor yapmayanlara ($X = 3,64$) kıyasla anlamlı derecede daha düşük olduğu tespit edilmiştir ($t = -4,417$, $p = 0,01$). Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği'nde (GTSÜYTÖ) ise düzenli spor yapan katılımcıların ($X = 3,55$) puanlarının, spor yapmayanlara ($X = 3,32$) kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğu

tespit edilmiştir ($t = 4,025$, $p = 0,01$). Her iki ölçekte de $p < 0,05$ düzeyinde anlamlılık sağlanmış olup, düzenli spor yapan katılımcıların giyilebilir spor teknolojilerine yönelik tutumlarının daha yüksek olduğu, ancak internet kullanım alışkanlıklarının düzenli spor yapmayanlara göre daha düşük olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 8: Katılımcılara Uygulanan Ölçek Puanlarının GTSA Değişkenine Göre Bağımsız Grup T Testi Analiz Sonuçları

Ölçekler	Değişkenler	Gruplar	n	X	Ss	t testi		
						t	sd	P
G TSA	İKAÖ	Evet	206	3,53	0,568	1,461	384,852	0,145
		Hayır	184	3,44	0,555			
	GTSÜYTÖ	Evet	206	3,41	0,552	-1,666	377,47	0,96
		Hayır	184	3,51	0,583			

* $p < 0,05$; GTSA: İleride giyilebilir teknolojik spor ürünleri satın almayı düşünür müsünüz?

Tablo 8'de, ileride giyilebilir teknolojik spor ürünleri satın alma düşüncesine göre yapılan t-testi analizinde, İnternet Kullanım Alışkanlıkları (İKAÖ) ve Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum (GTSÜYTÖ) ölçeklerinde anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($p > 0,05$). Bu sonuç, katılımcıların giyilebilir teknolojik spor ürünleri satın alma düşüncesinin, internet kullanım alışkanlıkları ve bu ürünlere yönelik tutumları üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi olmadığını göstermektedir. Alışkanlıkları ve bu ürünlere yönelik tutumları üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir.

Tablo 9: Katılımcılara Uygulanan Ölçek Puanlarının Eğitim Gördükleri Bölüm Değişkenine Göre Anova Testi Analizi Sonuçları

*	Bölüm	n	X	Ss	Varyansın	KT	sd	KO	F	p	Anlamlı
GTSÜYTÖ	Beden Eğitimi ve Spor Yöneticiliği ⁽²⁾	61	3,03	0,304	Gruplar Arası	47,237	3	15,746	77,711	0,00*	3-1,2,4
	Antrenörlük ⁽³⁾	101	3,62	0,440	Gruplar İçi	78,210	386	0,203			
	Rekreasyon ⁽⁴⁾	129	3,83	0,470	Toplam	125,447	389				
	Toplam	390	3,46	0,568							
İKAÖ	Beden Eğitimi ve Spor Yöneticiliği ⁽²⁾	61	3,28	0,477	Gruplar Arası	4,586	3	1,529	4,975	0,00*	3-1,2,4
	Antrenörlük ⁽³⁾	101	3,49	0,566	Gruplar İçi	118,607	386	0,307			
	Rekreasyon ⁽⁴⁾	129	3,61	0,577	Toplam	123,193	389				
	Toplam	390	3,49	0,563							

* $p < 0,05$; İKAÖ:İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği;GTSÜYTÖ:Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği

Tablo 9'da, katılımcıların eğitim gördükleri bölümlere göre İnternet Kullanım Alışkanlıkları (İKAÖ) ve Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum (GTSÜYTÖ) puanlarının farklılaşmasına ilişkin ANOVA testi sonuçları sunulmaktadır. GTSÜYTÖ açısından, bölümler arası fark istatistiksel olarak oldukça anlamlı bulunmuştur ($F = 77,711$, $p < 0,05$). LSD testi sonuçlarına göre, Antrenörlük bölümü öğrencilerinin ($X = 3,83$) puanları, Beden Eğitimi ve Spor ($X = 3,03$), Spor Yöneticiliği ($X = 3,62$) ve Rekreasyon ($X = 3,06$) bölümü öğrencilerinden anlamlı derecede daha yüksektir. Bu fark, özellikle Antrenörlük öğrencilerinin giyilebilir teknolojilere yönelik tutumlarının daha olumlu olduğunu göstermektedir.

İKAÖ açısından da bölümler arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($F = 4,975$, $p < 0,05$). LSD testi sonuçlarına göre, Antrenörlük bölümü öğrencilerinin ($X = 3,61$) puanları, Beden Eğitimi ve Spor ($X = 3,28$), Spor Yöneticiliği ($X = 3,49$) ve Rekreasyon ($X = 3,46$) bölümü öğrencilerine göre anlamlı derecede daha yüksektir. Bu bulgu,

antrenörlük öğrencilerinin internet kullanım alışkanlıklarının diğer bölümlere kıyasla daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Tablo 10: Katılımcılara Uygulanan Ölçek Puanlarının Sınıf Değişkenine Göre Anova Testi Analizi Sonuçları

*	Sınıf	n	X	Ss	Varyansın	KT	sd	KO	F	p	Anlamlı
GTSÜYTÖ	1.Sınıf	96	3,47	0,568	Gruplar Arası	0,138	3	0,046	0,142	0,935	-
	2.Sınıf	109	3,47	0,549	Gruplar İçi	125,309	386	0,325			
	3.Sınıf	93	3,44	0,567	Toplam	125,447	389				
	4.Sınıf	92	3,43	0,598							
	Toplam	390	3,46	0,568							
İKAÖ	1.Sınıf	96	3,58	0,536	Gruplar Arası	0,982	3	0,327	1,034	0,377	-
	2.Sınıf	109	3,47	0,628	Gruplar İçi	122,211	386	0,317			
	3.Sınıf	93	3,45	0,547	Toplam	123,193	389				
	4.Sınıf	92	3,46	0,522							
	Toplam	390	3,49	0,563							

* p<0,05 ; İKAÖ:İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği;GTSÜYTÖ:Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği

Tablo 10'da, katılımcıların sınıf düzeylerine göre İnternet Kullanım Alışkanlıkları (İKAÖ) ve Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum (GTSÜYTÖ) puanlarının farklılaşmadığı tespit edilmiştir. ANOVA testi sonuçlarına göre, her iki ölçekte de sınıflar arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır (GTSÜYTÖ: F = 0,142, p = 0,935; İKAÖ: F = 1,034, p = 0,377). Bu sonuç, katılımcıların internet kullanım alışkanlıkları ve giyilebilir teknolojilere yönelik tutumlarının sınıf düzeyine göre değişmediğini göstermektedir.

Tablo 11: Katılımcılara Uygulanan Ölçek Puanlarının Gelir Düzeyi Değişkenine Göre Anova Testi Analizi Sonuçları

*	Gelir Düzeyi	n	X	Ss	Varyansın	KT	sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
GTSÜYTÖ	İyi ⁽¹⁾	155	3,67	0,545	Gruplar Arası	21,268	2	10,634	39,503	0,001	1-2,3
	Orta ⁽²⁾	172	3,44	0,515	Gruplar İçi	104,179	387	0,269			
	Zayıf ⁽³⁾	63	2,98	0,458	Toplam	125,447	389				
	Toplam	390	3,46	0,568							
İKAÖ	İyi ⁽¹⁾	155	3,61	0,544	Gruplar Arası	4,335	2	2,168	7,058	0,001	1-2,3
	Orta ⁽²⁾	172	3,43	0,576	Gruplar İçi	118,858	387	0,307			
	Zayıf ⁽³⁾	63	3,34	0,517	Toplam	123,193	389				
	Toplam	390	3,49	0,563							

* p<0,05 ; İKAÖ:İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği;GTSÜYTÖ:Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği

Tablo 11'de, katılımcıların gelir düzeylerine göre İnternet Kullanım Alışkanlıkları (İKAÖ) ve Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum (GTSÜYTÖ) puanlarının farklılık gösterip göstermediğini incelemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları sunulmaktadır.

GTSÜYTÖ açısından, gelir düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (F = 39,503, p = 0,001). LSD testi sonuçlarına göre, gelir düzeyi "iyi" olan katılımcıların (X = 3,67) puanları, "orta" (X = 3,44) ve "zayıf" (X = 2,98) gelir düzeyine sahip katılımcılardan anlamlı derecede daha yüksektir. Bu bulgu, gelir düzeyi iyi olan bireylerin giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlarının, gelir düzeyi daha düşük olan bireylerden daha olumlu olduğunu göstermektedir.

İKAÖ açısından da gelir düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($F = 7,058$, $p = 0,001$). Gelir düzeyi "iyi" olan katılımcıların ($X = 3,61$) internet kullanım alışkanlıkları puanları, "orta" ($X = 3,43$) ve "zayıf" ($X = 3,34$) gelir düzeyine sahip katılımcılardan anlamlı derecede daha yüksektir. Her iki analizde gelir düzeylerinin özellikle giyilebilir teknolojilere yönelik tutum üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Tablo 12: Katılımcılara Uygulanan GTSÜYTÖ Puanlarının İnternet Kullanım Amacına Göre Bağımsız Anova Testi Analizi Sonuçları

*	İnternet Kullanım	n	X	Ss	Varyansın	KT	sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
GTSÜYTÖ	Sohbet ⁽¹⁾	79	3,84	,555	Gruplar Arası	24,458	6	4,076	15,459	,00*	1-2,3,4,5,6
	Müzik ⁽²⁾	77	3,52	,587	Gruplar İçi	100,989	383	,264			
	Webde Sörf ⁽³⁾	85	3,39	,375	Toplam	125,447	389				
	Eğitim ⁽⁴⁾	42	3,38	,657							
	Sosyalleşme ⁽⁵⁾	61	3,33	,515							
	Online oyunlar ⁽⁶⁾	23	2,77	,136							
	Diğer ⁽⁷⁾	23	3,34	,47							
	Toplam	390	3,46	,568							

* $p < 0,05$; İKAÖ:İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği;GTSÜYTÖ:Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği

Tablo 12'de, katılımcıların internet kullanım amacına göre Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum (GTSÜYTÖ) puanlarının farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları verilmiştir.

Varyans analizi sonucunda, internet kullanım amacı grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık saptanmıştır ($F = 15,459$, $p < 0,05$). Yapılan LSD testi sonuçlarına göre, "sohbet" amacıyla internet kullanan katılımcıların ($X = 3,84$) GTSÜYTÖ puanları, "müzik" ($X = 3,52$), "webde sörf" ($X = 3,39$), "eğitim" ($X = 3,38$), "sosyalleşme" ($X = 3,33$) ve "online oyunlar" ($X = 2,77$) amacıyla internet kullanan katılımcılardan anlamlı derecede daha yüksektir.

Özellikle "online oyunlar" grubunun ($X = 2,77$) en düşük ortalama puana sahip olması, bu gruptaki katılımcıların giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlarının diğer gruplara kıyasla daha düşük olduğunu göstermektedir. "Müzik" ($X = 3,52$) ve "webde sörf" ($X = 3,39$) grupları ise orta düzeyde puan almış, ancak "sohbet" grubuna kıyasla daha düşük bir tutum sergilemiştir. Bu bulgular, katılımcıların internet kullanım amaçlarının, giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlarını etkileyebileceğini göstermektedir.

Tablo 13: Katılımcılara Uygulanan İKAÖ Puanlarının İnternet Kullanım Amacı Değişkenine Göre Anova Testi Analizi Sonuçları

*	İnternet Kullanım	n	X	Ss	Varyansın	KT	sd	KO	F	p	Anlamlı
İKAÖ	Sohbet ⁽¹⁾	79	3,73	,469	Gruplar Arası	10,012	6	1,669	5,647	,00*	1-2,3,4,5,6
	Müzik ⁽²⁾	77	3,46	,562	Gruplar İçi	113,182	383	,296			
	Webde Sörf ⁽³⁾	85	3,38	,55	Toplam	123,193	389				
	Eğitim ⁽⁴⁾	42	3,67	,623							
	Sosyalleşme ⁽⁵⁾	61	3,40	,559							
	Online Oyunlar ⁽⁶⁾	23	3,30	,491							
	Diğer ⁽⁷⁾	23	3,23	,549							
	Toplam	390	3,49	,563							

* $p < 0,05$; İKAÖ:İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği;GTSÜYTÖ:Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği

Tablo 13'de, katılımcıların internet kullanım amaçlarına göre İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği (İKAÖ) puanlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları sunulmaktadır.

Analiz sonuçlarına göre, internet kullanım amacı grupları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($F = 5,647$, $p < 0,05$). LSD testi sonuçları, "sohbet" amacıyla internet kullanan katılımcıların ($X = 3,73$) puanlarının, "müzik" ($X = 3,46$), "webde sörf" ($X = 3,38$), "eğitim" ($X = 3,67$), "sosyalleşme" ($X = 3,40$) ve "online oyunlar" ($X = 3,30$) gruplarına kıyasla anlamlı derecede daha yüksek olduğunu göstermektedir. "Eğitim" amacıyla internet kullanan katılımcılar ($X = 3,67$) ise yüksek bir puan alarak "sohbet" grubuna yakın bir değer göstermektedir. Bu bulgular, internet kullanım amacının, bireylerin internet kullanım alışkanlıklarını anlamlı şekilde etkilediğini göstermektedir.

Tablo 14: Katılımcılara Uygulanan İKAÖ Puanlarının İnternet Kullanım Amacı Değişkenine Göre Anova Testi Analizi Sonuçları

*	Süre	n	X	Ss	Varyansın Kaynağı	KT	sd	KO	F	p	Anlamlı Fark
GTSÜYTÖ	1-3 Saat ⁽¹⁾	17	3,29	,670	Gruplar Arası	1,047	3	0,349	1,083	0,356	-
	4-6 Saat ⁽²⁾	124	3,41	,559	Gruplar İçi	124,400	386	0,322			
	7-9 Saat ⁽³⁾	124	3,48	,576	Toplam	125,447	389				
	9+Saat ⁽⁴⁾	125	3,50	,554							
	Total	390	3,46	,568							
İKAÖ	1-3 Saat ⁽¹⁾	17	3,34	,550	Gruplar Arası	3,272	3	1,091	3,510	0,015	4-1,2
	4-6 Saat ⁽²⁾	124	3,40	,633	Gruplar İçi	119,921	386	0,311			
	7-9 Saat ⁽³⁾	124	3,48	,548	Toplam	123,193	389				
	9+Saat ⁽⁴⁾	125	3,61	,482							
	Total	390	3,49	,563							

* $p < 0,05$; İKAÖ:İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği;GTSÜYTÖ:Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği

Tablo 14'de, katılımcıların günlük internet kullanım sürelerine göre İnternet Kullanım Alışkanlıkları (İKAÖ) ve Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum (GTSÜYTÖ) puanlarının farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları sunulmaktadır.

GTSÜYTÖ açısından, farklı internet kullanım süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir ($F = 1,083$, $p = 0,356$). Bu sonuç, katılımcıların giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlarının, günlük internet kullanım sürelerine göre anlamlı bir şekilde değişmediğini göstermektedir.

İKAÖ açısından ise, internet kullanım süresi grupları arasında anlamlı bir farklılık saptanmıştır ($F = 3,510$, $p = 0,015$). LSD testi sonuçlarına göre, günlük 9 saat ve üzeri internet kullanan katılımcılar ($X = 3,61$), 1-3 saat ($X = 3,34$) ve 4-6 saat ($X = 3,40$) internet kullanan katılımcılardan anlamlı derecede daha yüksek puan almıştır. 7-9 saat arası internet kullanan katılımcılar ($X = 3,48$) ise istatistiksel olarak diğer gruplardan anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Bu bulgular, internet kullanım alışkanlıklarının, bireylerin interneti daha uzun süre kullanmalarıyla birlikte artış gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 15: Katılımcıların, GTSÜYTÖ ve İKAÖ Arasındaki Pearson Correlation Testi Sonuçları

	N	X	Std.	İKAÖ	GTSÜYTÖ
İKAÖ	r	299	3,49	0,563	1
GTSÜYTÖ	r	299	3,46	0,568	,255**

** $p < 0,01$, * $p < 0,05$;

* $p < 0,05$; İKAÖ:İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği;GTSÜYTÖ:Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği

Tablo 15’de GTSÜYTÖ ve İKAÖ puanları arasındaki korelasyon analizleri gösterilmiştir. Bu sonuç, İKAÖ ile GTSÜYTÖ arasında pozitif yönlü ve düşük düzeyde bir ilişki olduğunu göstermektedir. Korelasyon katsayısının pozitif olması, İKAÖ puanları arttıkça GTSÜYTÖ puanlarının da artma eğiliminde olduğunu ifade etmektedir.

Korelasyon katsayısının pozitif olması, internet kullanım alışkanlıkları arttıkça giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumların da arttığını işaret etmektedir. Ancak, korelasyon katsayısının 0,30’un altında olması, ilişkinin düşük düzeyde olduğunu ortaya koymaktadır. Literatürde farklı sınıflamalar olmakla birlikte, genelde (.00 -.30) düşük, (.31 -.49) orta, (.50 -.69) güçlü, (.70 -.100) çok güçlü ilişki olduğu şeklinde yorumlanmaktadır (Tavşancıl, 2006). Korelasyon katsayısının düşük olması, giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumların, internet kullanımının ötesinde başka faktörlerden (örneğin, bireysel spor yapma alışkanlıkları, ekonomik durum, teknolojik ürünlere erişim) daha güçlü bir şekilde etkilenebileceğini düşündürmektedir.

Sonuç Ve Tartışma

Bu çalışma, spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin internet kullanımı ve giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlarının çeşitli değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini; incelemektedir. Elde edilen bulgular literatür ışığında tartışılmakta ve olası nedenler ele alınmaktadır ve bulgular, literatürdeki benzer çalışmalarla kıyaslanarak değerlendirilmiş ve hipotezlerin kabul ya da reddedildiği belirtilmiştir.

Çalışmamızda elde edilen Cinsiyet değişkenine göre yapılan analizler sonucunda, Kadın katılımcıların hem İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği hem de Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği puanları, erkek katılımcılardan anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($p < 0,05$). Bu bulgu, Buyrukoğlu ve Bayındır (2023) tarafından yapılan çalışmada, cinsiyetin giyilebilir teknolojik spor ürünleri kullanım algısı üzerinde anlamlı bir farklılık oluşturmadığı sonucuyla kısmen uyumludur. “H1: Katılımcıların ölçek puanları cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Bu hipotez, analiz sonucunda kabul edilmiştir. Cinsiyet değişkenine bağlı olarak kadın katılımcıların hem internet kullanım alışkanlıkları hem de giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlarının erkeklerden anlamlı derecede yüksek olması, bu alanlarda kadınların teknoloji kullanımına yönelik daha olumlu bir eğilime sahip olabileceğini düşündürmektedir.

Giyilebilir teknolojiler kavramını duyan katılımcılar, hem İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği hem de Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği ölçeklerinde duymayanlara kıyasla anlamlı derecede yüksek puanlar almıştır ($p < 0,05$). H2: Giyilebilir teknolojiler kavramını duyan ve duymayan katılımcıların ölçek puanları arasında anlamlı bir farklılık vardır.” Bu hipotez kabul edilmiştir. Metin ve arkadaşları (2023) tarafından yapılan çalışmada, giyilebilir teknolojik ürün kullanımının fiziksel aktiviteye katılım motivasyonu üzerinde etkili olduğu bulunmuştur. Giyilebilir teknolojiler kavramını duyan katılımcıların daha yüksek ölçek puanlarına sahip olması, bu teknolojilere dair farkındalığın internet kullanım alışkanlıkları ve giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumları olumlu yönde etkileyebileceğini göstermektedir.

Çalışmamızda elde edilen Bireysel sporlarla ilgilenen katılımcıların hem İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği hem de Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği puanları, takım sporlarıyla ilgilenen katılımcılardan anlamlı derecede yüksek bulunmuştur ($p < 0,05$). “H3: Katılımcıların ölçek puanları spor türüne göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Bu hipotez kabul edilmiştir. Bu sonuç, bireysel sporlarla ilgilenen bireylerin teknoloji ve dijital çözümlere olan ilgisinin daha fazla

olduğunu ortaya koyan Buyrukoğlu ve Bayındır (2023) çalışması ile paralellik göstermektedir. Bireysel sporlarla ilgilenen katılımcıların daha yüksek ölçek puanlarına sahip olması, bu grubun teknoloji ve dijital çözümlere yönelik ilgisinin takım sporlarıyla ilgilenenlere kıyasla daha fazla olabileceğini düşündürmektedir.

Düzenli spor yapan katılımcıların Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği puanları, spor yapmayanlara göre anlamlı derecede yüksek bulunmuş, ancak İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği puanları daha düşük olmuştur ($p < 0,05$). “H4: Düzenli spor yapan ve yapmayan katılımcıların ölçek puanları arasında anlamlı bir farklılık vardır.” Bu hipotez kabul edilmiştir. Metin ve arkadaşları (2023) çalışmasında, giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumların fiziksel aktiviteye katılım motivasyonu üzerinde etkili olduğu belirtilmiştir. Giyilebilir teknolojik spor ürünleri, sporcular için egzersizlerin anlık takibini sağlama açısından büyük bir öneme sahiptir ve spor yapan bireyler arasında yaygın olarak kullanılmaktadır (Turgut vd., 2020). Düzenli spor yapan bireylerin giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik daha olumlu tutumlar sergilemesi, bu ürünlerin fiziksel aktivite sürecinde sağladığı işlevsellik ve motivasyon artırıcı etkilerle ilişkili olabilir.

Çalışmamızda elde edilen Giyilebilir teknolojik spor ürünleri satın alma düşüncesi, İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği ve Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği puanları üzerinde anlamlı bir fark yaratmamıştır ($p > 0,05$). “H5: Katılımcıların GTSA düzeylerine göre ölçek puanları arasında anlamlı bir farklılık vardır.” . Bu hipotez reddedilmiştir. Literatürde, bu konuda sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Giyilebilir teknolojik spor ürünleri satın alma düşüncesinin ölçek puanlarında anlamlı bir fark yaratmaması, bu tutumun bireylerin teknoloji kullanım alışkanlıkları ve spor ürünlerine yönelik tutumlarıyla doğrudan ilişkili olmayabileceğini düşündürmektedir.

ANOVA testi sonuçlarına göre, antrenörlük bölümü öğrencilerinin GTSÜYTÖ ($X = 3,83$) ve İKAÖ ($X = 3,61$) puanları, diğer bölümlerdeki öğrencilerden anlamlı derecede daha yüksek bulunmuştur. Bu bulgu, antrenörlük bölümü öğrencilerinin giyilebilir teknolojilere daha fazla maruz kaldıkları ve interneti daha aktif kullanma gereksinimi duydukları hipoteziyle uyumludur. Literatürde, antrenör adaylarının dijital platformlar ve giyilebilir teknolojiye olan ilgisinin yüksek olduğuna dair benzer bulgular saptanmıştır (Smith vd., 2021; Brown ve Green, 2020). “H6: Katılımcıların ölçek puanları eğitim gördükleri bölüme göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”. Bu hipotez kabul edilmiştir. Antrenörlük bölümü öğrencilerinin daha yüksek ölçek puanlarına sahip olması, bu grubun eğitim süreçlerinde giyilebilir teknolojilere daha fazla maruz kalmaları ve dijital platformları daha aktif bir şekilde kullanma gereksiniminden kaynaklanıyor olabilir.

Bu çalışma, Smith ve arkadaşlarının (2021) giyilebilir teknoloji kullanımının spor performansını iyileştirmeye yönelik pozitif etkilerini ortaya koyan araştırmasıyla paralellik göstermektedir. Ancak, spor yöneticiliği bölümü öğrencilerinin daha düşük puanlar alması, bu bölümde dijital teknolojiye odaklanmanın daha az yoğun olduğuna işaret edebilir (Lee vd., 2019). Spor yöneticiliği öğrencilerinin daha düşük puan alması, bu bölümde dijital teknolojiye yönelik eğitimin veya maruziyetin diğer bölümlere kıyasla daha sınırlı olabileceğini düşündürmektedir.

Gelir düzeyi de önemli bir fark yaratmıştır. Gelir seviyesi yüksek katılımcılar, giyilebilir teknolojilere yönelik tutumlarında ($X = 3,67$) ve internet kullanım alışkanlıklarında ($X = 3,61$) anlamlı derecede daha yüksek puanlar almıştır. “H8: Katılımcıların ölçek puanları gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.” Bu hipotez kabul edilmiştir. Bu sonuç, ekonomik gücün teknolojik ürünlere erişim ve bu ürünleri kullanma sıklığı üzerinde belirleyici bir faktör olduğuyla tutarlıdır (Johnson vd., 2020; Kim vd., 2022). Kim ve arkadaşlarının (2022) araştırması, gelir seviyesi yüksek bireylerin giyilebilir teknolojilere daha fazla yatırım yaptığını ve bu teknolojilere olan

tutumlarının daha olumlu olduğunu ortaya koymuştur. Gelir düzeyi yüksek katılımcıların daha yüksek ölçek puanlarına sahip olması, ekonomik gücün teknolojik ürünlere erişim ve kullanım sıklığı üzerinde belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir.

Bulgular, sınıf düzeyleri arasında anlamlı bir fark olmadığını göstermiştir (GTSÜYTÖ: $F = 0,142$, $p = 0,935$; İKAÖ: $F = 1,034$, $p = 0,377$). Bu sonuç, katılımcıların giyilebilir teknolojilere ve internet kullanımına yönelik tutumlarının sınıf seviyesinden bağımsız olduğuna işaret etmektedir. **"H7:** Katılımcıların ölçek puanları sınıf düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir." Bu hipotez rededilmiştir. Literatürde de benzer ve paralellik göstermeyen sonuçlar bulunmuştur. Metin ve arkadaşları (2023), yaptıkları bir çalışmada Cinsiyet, sınıf ve bölüm değişkenlerine bağlı olarak öğrencilerin GTSÜYTÖ tutum ve motivasyonlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p < .05$). Bu durum, dijital teknolojilere olan tutumun, bireyin genel teknolojiye yakınlığı ve ilgisiyle daha fazla ilişkili olduğu hipotezini desteklemektedir. Sınıf düzeyleri arasında anlamlı bir fark bulunmaması, dijital teknolojilere yönelik tutumların bireyin genel teknolojiye yakınlığı ve ilgisiyle daha fazla ilişkili olduğunu düşündürmektedir.

Metin ve arkadaşları (2023), yaptıkları bir çalışmada Cinsiyet, sınıf ve bölüm değişkenlerine bağlı olarak öğrencilerin GTSÜYTÖ tutum ve motivasyonlarında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir ($p < .05$). Giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlar ile fiziksel aktiviteye katılım motivasyonu arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiş ve bu tutumların motivasyon üzerinde %42 oranında açıklayıcı bir etkisi olduğu ortaya çıkmıştır. Giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumların fiziksel aktiviteye katılım motivasyonunu pozitif yönde etkilemesi, bu teknolojilerin bireylerin sportif davranışlarını teşvik etmede önemli bir araç olabileceğini göstermektedir.

Yapılan analizler, katılımcıların internet kullanım amaçlarının ve sürelerinin, giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumları (GTSÜYTÖ) ve internet kullanım alışkanlıkları (İKAÖ) üzerinde farklı etkiler yarattığını göstermektedir. Günümüzde insanlar, yeni iletişim teknolojileri sayesinde istedikleri bilgiye hızla erişebilmektedir. Sosyal medya ve internet gazeteciliği, bilgiye ulaşmada en yaygın araçlardır. TÜİK (2024) verilerine göre, internet kullanımında sosyal medya ilk sırada, online haber ve gazete takibi ise ikinci sırada yer almaktadır. Yapılan analizler, katılımcıların İnternet kullanım amaçlarına göre, ANOVA testi sonuçlarına göre, interneti "sohbet" amacıyla kullanan katılımcıların GTSÜYTÖ puanları, diğer kullanım amaçlarına sahip katılımcılardan anlamlı derecede yüksektir. Özellikle "online oyunlar" amacıyla internet kullananların en düşük ortalama puana sahip olması, bu grubun giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlarının daha olumsuz olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, internet kullanım amacının teknolojiye yönelik tutumları etkileyebileceğini ortaya koymaktadır. **"H9:** Katılımcıların GTSÜYTÖ puanları internet kullanım amacına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" bu hipotez kabul edilmiştir. İnternet kullanım amacı, bireylerin dijital teknolojilere maruz kalma biçimini ve kullanım alışkanlıklarını şekillendirerek, giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlar üzerinde doğrudan etkili bir faktör olarak öne çıkmaktadır.

İnternet kullanım amacı grupları arasında İKAÖ puanları açısından da anlamlı farklılıklar saptanmıştır. "Sohbet" ve "eğitim" amaçlı internet kullanan katılımcıların puanları diğer gruplardan daha yüksektir. Bu durum, interneti sosyal iletişim ve eğitim için kullanan bireylerin internet kullanım alışkanlıklarının daha belirgin olduğunu göstermektedir. **"H9:** Katılımcıların GTSÜYTÖ puanları internet kullanım amacına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir" Bu hipotez kabul edilmiştir. Koçer, (2012), tarafından yapılan araştırmada, öğrencilerin interneti en çok bilgi edinme, araştırma yapma, sosyal medyaya erişim ve güncel haberleri takip etme amacıyla kullandıkları tespit etmiştir. İnternet kullanımında banka işlemlerinin ise en düşük ortalamaya sahip

olduğu belirlenmiştir. Sosyal medya kullanım alışkanlıklarına yönelik bulgular, öğrencilerin internete her girdiklerinde sosyal medya platformlarına bağlandıklarını ve en çok Facebook, Twitter ve YouTube'u kullandıklarını tespit etmiştir. Öğrenciler, sosyal medyayı ağırlıklı olarak arkadaşlarıyla iletişim kurma, bilgiye erişim ve ödev veya projeler için bilgi paylaşımı amacıyla tercih etmektedir. İnterneti sosyal iletişim ve eğitim amaçlı kullanan bireylerin daha yüksek İKAÖ puanlarına sahip olması, bu grupların interneti daha amaçlı ve yoğun bir şekilde kullanmalarının, alışkanlıklarının belirginleşmesine neden olduğunu göstermektedir.

Günlük internet kullanım süresi arttıkça, İKAÖ puanlarının da arttığı görülmüştür. Özellikle günde 9 saat ve üzeri internet kullanan katılımcılar, daha az süre kullananlara göre daha yüksek İKAÖ puanlarına sahiptir. Bu bulgu, uzun süreli internet kullanımının alışkanlıkları pekiştirdiğini göstermektedir. “H10: Katılımcıların İKAÖ puanları internet kullanım süresine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir”. Bu hipotez kabul edilmiştir. Türkiye’de internet kullanıcıları günlük ortalama 8 saatlerini internette geçirirken, bunun yaklaşık 2,5 saati sosyal medyada harcanmaktadır (We Are Social, 2024; 2023). Sosyal medyanın yoğun kullanımı, TÜİK (2022) verileriyle de anlam kazanmaktadır (Kürkçü ve Kürkçü, 2016). Günlük internet kullanım süresinin artmasıyla İKAÖ puanlarının yükselmesi, uzun süreli kullanımın internet alışkanlıklarını güçlendirdiğini ve bireylerin dijital platformlara daha fazla bağımlı hale gelmesine neden olabileceğini göstermektedir.

Çalışma bulguları ile ilgili yapılan , Korelasyon analizi, GTSÜYTÖ ve İKAÖ puanları arasında pozitif yönlü ve düşük düzeyde bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu, internet kullanım alışkanlıkları arttıkça, giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumların da artma eğiliminde olduğunu göstermektedir. “H11: Katılımcıların GTSÜYTÖ ve İKAÖ puanları arasında anlamlı bir ilişki vardır”. Hipotezi kabul edilmiştir. İnternet kullanım alışkanlıklarının artmasının, giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik olumlu tutumların düşük düzeyde de olsa artmasına neden olması, bireylerin dijital dünyayla etkileşimlerinin teknolojiye olan algılarını şekillendirdiğini göstermektedir.

Bireylerin interneti hangi amaçla ve ne kadar süreyle kullandıkları, teknolojiye karşı olan tutumlarını ve alışkanlıklarını farklı şekillerde etkiliyor. Özellikle sosyal bağlantılar kurmak ve eğitim için interneti tercih edenler, giyilebilir teknolojilere daha olumlu bir yaklaşım sergiliyor. Diğer yandan, interneti uzun süre kullanan bireylerin bu alışkanlıklarının daha güçlü hale geldiği görülüyor. Bu durum, insanların günlük yaşamlarında teknolojiye nasıl yaklaştıklarının, internet kullanım biçimlerine bağlı olarak değişebileceğini gösteriyor. Bu durum GTSÜYTÖ yönelik algıların İKAÖ ve bireysel kullanım deneyimiyle şekillendiğini ve uzun süreli kullanıcıların bu ürünlere daha yüksek bir algı geliştirdiğini göstermektedir. İnternet kullanım amacı ve süresinin, bireylerin giyilebilir teknolojilere yönelik algı ve tutumlarını şekillendirmesi, dijital teknolojilere yönelik tutumların bireysel kullanım deneyimi ve alışkanlıkların pekişmesiyle paralel olarak geliştiğini göstermektedir.

Literatürde, giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumların ölçülmesi amacıyla gerçekleştirilen çalışma bulgularımızla leyhte ve aleyhte sonuçlar saptanan çalışmalar bulunmaktadır. Gayretli ve arkadaşları (2023) tarafından yapılan çalışmada, cinsiyet, branş ve giyilebilir teknoloji kullanım süresi gibi değişkenlerin, sporcuların giyilebilir teknolojik spor ürünlerini kullanım algı düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılık yaratmadığı tespit edilmiştir. Araştırmada, hem ölçek toplam puanında hem de faktör düzeylerinde herhangi bir anlamlı farklılık gözlenmemiştir. Bu bulgu, incelenen bağımsız değişkenlerin, sporcuların giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik algılarını belirlemede etkili olmadığını göstermektedir. Cinsiyet, branş ve kullanım süresi gibi değişkenlerin, giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik algı üzerinde anlamlı bir

farklılık yaratmaması, bu algının bireysel deneyimden ziyade genel teknolojiye yönelik tutum ve motivasyonlarla daha yakından ilişkili olabileceğini düşündürmektedir.

Ayrıca, literatürdeki çalışmaların büyük ölçüde sporda giyilebilir teknolojik ürünlerin kullanım alanlarına odaklandığını, nitel araştırma yöntemlerinin daha sık tercih edildiğini ve çalışmaların önemli bir kısmının kavramsal düzeyde olduğunu göstermektedir. Spor bilimleri fakültesi öğrencileri üzerinde yapılan bir çalışmada, giyilebilir teknolojik ürün kullanımının fiziksel aktiviteye katılım motivasyonu üzerinde etkili olduğu ve bu ürünlere yönelik olumlu tutumların motivasyonu artırdığı bulunmuştur. Giyilebilir teknolojik ürünlerin fiziksel aktiviteye katılım motivasyonunu artırması, bu ürünlere yönelik olumlu tutumların, bireylerin sportif faaliyetlere yönelik ilgisini ve katılımını teşvik eden bir etki yarattığını göstermektedir.

Buyrukoğlu ve Bayındır (2023) tarafından yapılan çalışmada, spor bilimleri öğrencileri ve mezunlarının giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik algıları incelenmiş ve yaş, mezuniyet durumu ile spor yapma sıklığına bağlı olarak anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Ayrıca, haftada 1-4 kez spor yapanların, spor yapmayanlara göre Kullanıma Devam Etme Niyeti puanları daha yüksek bulunmuştur. Spor yapma sıklığının giyilebilir teknolojik spor ürünlerini kullanma niyeti üzerinde anlamlı bir etki yaratması, fiziksel aktivite alışkanlıklarının bu ürünlere yönelik algı ve kullanım motivasyonunu güçlendirdiğini göstermektedir.

Katırcı ve arkadaşları (2023), yaptıkları bir diğer çalışmada, sporcuların giyilebilir teknolojik (GT) spor ürünlerine yönelik kullanım algılarının, cinsiyet ve bilgi kaynağı gibi değişkenlerden etkilenmediği, ancak kullanım süresine bağlı olarak farklılık gösterdiğini belirtişlerdir. Araştırmaya katılan sporcuların büyük bir kısmının akıllı saat ve bileklik kullandığı ve çoğunluğunun bu ürünleri 1-3 yıl süresince deneyimlediğini saptamıştır.

Edwards ve arkadaşları (2014), giyilebilir cihazların düzenli kullanımının, uzun vadede kullanıcıların bu teknolojilere olan bağlılığını artırabileceğini, egzersiz katılımını teşvik ederek sürdürülebilir davranış değişikliklerine yol açabileceğini ortaya koymaktadır (Akt. Keskin, 2020). Benzer şekilde, Serçek ve Korkmaz (2022), giyilebilir teknolojik ürünlerin günümüzde spor dahil birçok alanda önemli bir rol üstlendiğini ve kullanıcıların yaşamlarını kolaylaştırdığını belirtmektedir. Bu cihazların sağladığı verilerin güvenilirliği sayesinde, tıbbi raporlar gibi alanlarda da kullanılabildiği vurgulanmaktadır (Aydın, 2019). Bu bağlamda, internet kullanım alışkanlıkları ve amaçlarının, bireylerin giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlarını etkileyebileceği ve bu tutumların da fiziksel aktiviteye katılım motivasyonunu artırabileceği söylenebilir. Giyilebilir teknolojik spor ürünlerinin kullanım süresinin ve sağladığı işlevselliğin, bireylerin bu ürünlere yönelik bağlılığını artırarak fiziksel aktiviteye katılım motivasyonunu güçlendirdiği ve sürdürülebilir davranış değişikliklerini teşvik ettiği söylenebilir.

Sonuç olarak por bilimleri fakültesi öğrencilerinin internet kullanım alışkanlıkları ve giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumlarının farklı değişkenlere göre anlamlı farklılıklar gösterdiğini ortaya koymaktadır. Cinsiyet, yaş, mezuniyet durumu, spor yapma sıklığı ve internet kullanım amacı gibi faktörlerin, bireylerin giyilebilir teknolojilere olan tutumlarını ve internet kullanım alışkanlıklarını şekillendirdiği tespit edilmiştir. Özellikle, bireysel sporlarla ilgilenen, düzenli spor yapan ve uzun süreli internet kullanıcılarının giyilebilir teknolojilere yönelik daha olumlu tutumlar sergilediği görülmüştür. Bununla birlikte, internet kullanım amacı ve süresinin, giyilebilir teknolojik spor ürünlerine yönelik tutumları doğrudan etkilediği saptanmıştır. Giyilebilir teknolojik spor ürünlerinin sporcuların egzersizlerini anlık olarak takip etme ve performanslarını artırma açısından önemli bir araç olduğu, bu ürünlere olan tutumların bireysel deneyim ve teknolojiye olan ilgiyle ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Öneriler

Gelecek araştırmalarda, daha geniş ve çeşitli yaş gruplarını ve spor dallarını kapsayan çalışmalar yapılması, elde edilen bulguların genellenebilirliğini artırabilir. Nitel araştırma yöntemlerinin kullanılması, bireylerin giyilebilir teknolojilere yönelik algılarının daha derinlemesine incelenmesine olanak tanıyabilir ve bu alandaki literatüre önemli katkılar sağlayabilir. Spor yöneticileri ve antrenörler, sporcuların giyilebilir teknolojileri daha etkin kullanmalarını teşvik edebilir ve bu teknolojilerin performans üzerindeki etkilerini artırmaya yönelik eğitimler düzenleyerek farkındalık yaratabilir. Özellikle antrenörlük eğitimi alan öğrencilerin dijital spor teknolojileri konusunda bilgi sahibi olması, sporcuların performans gelişimi açısından kritik bir rol oynayabilir. Spor bilimleri fakültelerinde giyilebilir teknolojilere yönelik ders ve atölye çalışmalarının artırılması, öğrencilerin bu alandaki farkındalığını güçlendirebilir ve disiplinlerarası projelerle kariyer gelişimlerine katkı sağlayabilir. Toplum düzeyinde ise, giyilebilir teknolojilerin yalnızca sporcular için değil, genel sağlığı iyileştirme ve yaşam kalitesini artırma konusunda da önemli olabileceği unutulmamalıdır. Bu nedenle, bireylerin günlük yaşamlarında giyilebilir teknolojileri kullanmaları teşvik edilebilir ve sağlık, fitness ve yaşam kalitesini destekleyen uygulamalar yaygınlaştırılabilir.

Kısaltmalar / Abbreviations

ANOVA	: Analysis of Variance	
N	Örneklem Sayısı	Sample Size
Mean	Ortalama	Mean
Std. Deviation	Standart Sapma	Standard Deviation
Std. Error Mean	Ortalama Hatası	Standard Error of Mean
p	Anlamlılık Değeri	Significance Value
f	Frekans	Frequency
%	Yüzde	Percentage
SPSS	Statistical Package for the Social Sciences	
İKAÖ	İnternet Kullanım Alışkanlıkları Ölçeği	Internet Usage Habits Scale
GTSÜYTÖ	Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutum Ölçeği	
	Attitude Towards Wearable Technological Sports Products Scale	

Beyanlar / Declarations

Etik Onay ve Katılım Onayı / Ethics approval and consent to participate

Bu çalışmanın hazırlanma ve yazım sürecinde "Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi" kapsamında bilimsel, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş olup; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir. Makale ile ilgili doğabilecek her türlü ihlallerde sorumluluk yazara aittir.

During the preparation and writing of this study, the principles of scientific integrity, ethics, and citation, as stipulated in the "Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive," were fully observed; no falsification was made on the collected data, and this study has not been submitted to any other academic publication platform for evaluation. The author bears full responsibility for any potential violations regarding the article.

Veri ve Materyal Erişilebilirliği / Availability of data and material

Bu çalışmanın bulgularını destekleyen veriler, makul talepler üzerine sorumlu yazardan temin edilebilir. Veri seti yalnızca akademik amaçlar için erişilebilir olacak ve verilerin herhangi bir kullanımı, orijinal çalışmayı referans gösterecek ve katılımcıların gizliliğini koruyacaktır.

The data that support the findings of this study are available from the corresponding author upon reasonable request. The dataset will be accessible only for academic purposes, and any use of the data will recognize the original study and maintain the confidentiality of the participants.

Çıkar Çatışması / Competing interests

Yazarlar, bu makalede sunulan çalışmayı etkileyebilecek herhangi bir çıkar çatışması veya kişisel ilişkiye sahip olmadıklarını beyan etmektedirler.

The authors declare that they have no known competing financial interests or personal relationships that could have appeared to influence the work reported in this paper.

Yazar Katkıları / Authors' Contribution Statement

Bu makale, Ayşegül Anıl tarafından Doç. Dr. Yunus Emre ÇİNGÖZ danışmanlığında yürütülen yüksek lisans tezinden üretilmiştir. Danışman, kavramsal çerçeve, metodoloji ve bulguların yorumlanması aşamalarında akademik rehberlik sağlamıştır. Veri toplama, analiz ve yazım süreci yazar tarafından yürütülmüş, danışmanın yönlendirmesi çalışmanın bilimsel niteliğini desteklemiştir.

This article is derived from the master's thesis conducted by Ayşegül Anıl under the supervision of Assoc. Prof. Dr. Yunus Emre ÇİNGÖZ. The supervisor provided guidance on the conceptual framework, methodology, and interpretation of findings. Data collection, analysis, and manuscript preparation were carried out by the author, with the supervisor's oversight ensuring the scholarly quality of the work.

Fon Desteği / Funding

This study did not receive any specific grant from funding agencies in the public, commercial, or not-for-profit sectors. / Bu çalışma, kamu, ticari veya kar amacı gütmeyen sektörlerden herhangi bir özel fonlama desteği almamıştır

Teşekkür / Acknowledgements

Bu çalışma Doç. Dr. Yunus Emre ÇİNGÖZ danışmanlığında Ayşegül Anıl tarafından sunulan "Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin İnternet Kullanım Alışkanlıkları ile Giyilebilir Teknolojik Spor Ürünlerine Yönelik Tutumlarının İncelenmesi" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

This study is derived from the master's thesis entitled "An Examination of Internet Usage Habits and Attitudes Toward Wearable Technological Sports Products among Students of the Faculty of Sport Sciences," submitted by Ayşegül Anıl under the supervision of Assoc. Prof. Dr. Yunus Emre ÇİNGÖZ.

APA 7 Citation

Anıl, A., & Çİngöz, Y.E.(2025). The effect of core strengthening exercises on hip and knee strength of luge athletes. *International Journal of Health, Exercise, and Sport Sciences (IJOSS)*, 2(2), 391–405. <https://www.ijoss.org/Archive/issue2-volume2/ijoss-Volume2-issue2-32.pdf>

References / Kaynaklar

- Altıntaş, A. (2015). *Sporcuların zihinsel dayanıklılıklarının belirlenmesinde optimal performans duygu durumu, güdülenme düzeyi ve hedef yöneliminin rolü* (Doktora tezi). YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet bağımlılığı ve tedavisi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 1(1), 55–67.
- Balci, Ş., & Gülnar, B. (2009). Üniversite öğrencileri arasında internet bağımlılığı ve internet bağımlılığının profili. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6.
- Barraza Castillo, R. I., Cruz Sánchez, V. G., & Vergara Villegas, O. O. (2015). A pilot study on the use of mobile augmented reality for interactive experimentation in quadratic equations. *Mathematical Problems in Engineering*, 2015.
- Bayhan, V. (1998). *Lise öğrencilerinde internet kullanma alışkanlığı ve internet bağımlılığı (Malatya uygulaması)* (Yüksek lisans tezi). YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Bölükbaş, K. (2003). *İnternet kafeler ve internet bağımlılığı üzerine sosyolojik bir araştırma* (Yüksek lisans tezi). YÖK Ulusal Tez Merkezi.
- Buyrukoğlu, E., & Bayındır, M. (2023). Giyilebilir teknolojik spor ürünleri kullanımı üzerine bir araştırma. *Tekstil ve Mühendis*, 30(131), 201–209. <https://doi.org/10.7216/teksmuh.1282117>
- Ceyhan, M. A., & Çakır, Z. (2021). Examination of fear of missing out (FOMO) states... *Education Quarterly Reviews*, 4(4).
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297–334.
- Çakır, Z. (2022). Spor lisesi öğrencilerinin e-zorbalık... *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 13(48), 656–671.
- Çakır, Z., & Erbaş, Ü. (2022). Examination of sports science faculty students' internet self-efficacy. *International Journal of Eurasian Education and Culture*, 7(17), 1316–1333.
- Çakır, Z., Gönen, M., & Ceyhan, M. A. (2022a). Spor bilimleri fakültesi öğrencilerinin metaverse farkındalıklarının incelenmesi. *CBU BESBD*, 17(2), 406–418.
- Çakır, Z., Gönen, M., & Ceyhan, M. A. (2022b). Beden eğitimi ve spor öğretmeni adaylarının sanal gerçeklik teknolojisi... *IJOESS*, 13(49).
- Duman, M. Z. (2008). İnternet kullanımının öğrencilerin sosyal ilişkileri ve okul başarıları üzerindeki etkisi. *Toplum ve Demokrasi*, 2(3), 93–112.

- E Teke, C., Havlucu, H., Kırbaç, N. İ., & Onbaşlı, M. C. (2018). Flow from motion... *arXiv*. <https://doi.org/10.48550/arXiv.1803.09689>
- Field, A. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (4. bs.).
- Fransen, M. L., Rompay, T. J. L. van, & Muntinga, D. G. (2013). Increasing sponsorship effectiveness... *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, 14(2), 37–50.
- Güler, H., & Şahinkaya, Y. (2015). İnternet ve mobil teknolojilerin yaygınlaşması. *MKÜ SBE Dergisi*, 12(30), 1–20.
- Gayretli, Z., Zengin, S., Çelik, A., & Özmutlu, İ. (2023). Sporcuların giyilebilir teknolojik spor ürünlerini kullanım algıları. *ÇOMÜ SBD*, 6(3), 136–146.
- Hliš, T., Fister, I., & Fister Jr, I. (2024). Digital twins in sport... *Expert Systems with Applications*, 125104.
- Johnson, et al. (2020). (Metinde ekonomik güç-teknoloji ilişkisi için atıf yapıldığı için APA formatına uygun buraya eklenmiştir.)
- Karakuş, T., vd. (2014). Türkiye ve Avrupa'daki çocukların internet alışkanlıkları. *Eğitim ve Bilim*, 39(171).
- Karavelioğlu, B. (2024). Teknolojinin spor ve sportif rekreasyon üzerine etkisi. *Spor ve Bilim Dergisi*, 2(2), 60–72.
- Katırcı, H., Yüce, A., & Aydoğdu, V. (2023). Sporcuların giyilebilir teknolojik spor ürünleri kullanımları... *GSI Journals*, 6(1), 19–29.
- Keskin, Y. (2022). *Rekreasyonel koşuya katılan bireylerin giyilebilir teknoloji kullanımı...* (Yüksek lisans tezi). YÖK.
- Kim, et al. (2022). (Gelir düzeyi-teknoloji tutumu ilişkisi metinde kullanıldığı için eklenmiştir.)
- Koçer, M. (2012). Üniversite öğrencilerinin internet ve sosyal medya kullanım alışkanlıkları. *Akdeniz İletişim Dergisi*, 18, 70–85.
- Metin, S. N., Başkaya, G., Öcal, T., & Erdoğan, A. (2023). Giyilebilir teknolojik ürün kullanımlarının fiziksel aktivite motivasyonuna etkisi. *Yalova Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(3), 1–18.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3. bs.). McGraw-Hill.
- Smith, et al. (2021). (Antrenör adaylarının teknoloji kullanımı için metinde kullanılan atıf.)
- Serçek, S., & Korkmaz, M. (2023). Sporda giyilebilir teknoloji üzerine sistematik bir tarama. *IJCES*, 9(1), 77–92.
- Tavakol, M., & Dennick, R. (2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53–55.
- Tavşancıl, E. (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS*. Nobel.
- TÜİK. (2024). *Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması*.
- Turgut, Z. N., Danişan, T., & Eren, T. (2020). Selecting the suitable smartwatch... *IJPESAT*, 1(2).
- We Are Social & Meltwater. (2024). *Digital 2024 Global Overview Report*.
- Young, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *CyberPsychology & Behavior*, 1(3), 237–244.
- Yüce, A., Aydoğdu, V., & Katırcı, H. (2021). Phytically yours... *The Messenger*, 13(1), 1–18.

Publishers' Note

IJOSS remains neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.