



**T.C.**

**BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ**

**GELENEKSEL SPOR VE ESPOR SEYİRCİLERİNİN İZLEYİCİ  
PROFİLLERİ VE TERCİH NEDENLERİNİN  
KARŞILAŞTIRILMASI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**MUHAMMED HÜSEYİN OCAK**

**EYLÜL 2020**



**T.C.**

**BOLU ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
SPOR YÖNETİCİLİĞİ ANABİLİM DALI**

**GELENEKSEL SPOR VE ESPOR SEYİRCİLERİNİN İZLEYİCİ  
PROFİLLERİ VE TERCİH NEDENLERİNİN  
KARŞILAŞTIRILMASI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Hazırlayan  
Muhammed Hüseyin OCAK**

**Danışman  
Prof. Dr. Hasan Birol YALÇIN**

**BOLU 2020**

## LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

**Muhammed Hüseyin OCAK'a ait "GELENEKSEL SPOR VE ESPOR SEYİRCİLERİNİN İZLEYİCİ PROFİLLERİ VE TERCİH NEDENLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI"** adlı çalışma, jürimiz tarafından Spor Yöneticiliği Anabilim Dalında Yüksek Lisans tezi olarak oy birliğiyle / oy çokluğuyla kabul edilmiştir.

**18.05.2020**

|                            | <b>Unvan, Adı, Soyadı</b>        | <b>İmza</b> |
|----------------------------|----------------------------------|-------------|
| <b>Üye (Tez Danışmanı)</b> | : Prof. Dr. Hasan Birol YALÇIN   | .....       |
| <b>Üye</b>                 | : Doç. Dr. Selçuk Bora ÇAVUŞOĞLU | .....       |
| <b>Üye</b>                 | : Dr. Öğr. Üyesi Devrim BULUT    | .....       |

---

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Onayı**

**Prof. Dr. Osman GÖRÜR**

**Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdür**

## ETİK UYGUNLUK BEYANI

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum, **“GELENEKSEL SPOR VE ESPOR SEYİRCİLERİNİN İZLEYİCİ PROFİLLERİ VE TERCİH NEDENLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI”** başlıklı çalışmanın yazılmasında, bilimsel ve etik kurallara uyulduğunu, başvurulmuş kaynaklardan yapılan alıntılarının adlarının bilimsel kurallara uygun olarak metin içinde, dipnotlarda ve kaynaklarda gösterildiğini, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin tamamının ya da bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

**Muhammed Hüseyin OCAK**

**18.05.2020**

## ÖN SÖZ

Yüksek lisans tezimdaki yardım ve katkılarından dolayı sevgili tez danışmanım Prof. Dr. Hasan Birol YALÇIN'a, bu süreçte bana destek olan Doç. Dr. Selçuk Bora Çavuşoğlu ve Dr. Öğr. Üyesi Devrim BULUT'a çok teşekkür ederim. Hayatımın her safhasında yanımda olan, her zaman beni destekleyen, varlıklarına şükrettiğim tez sürecimde anlayışı, sabrı ve fedakârlığıyla maddi ve manevi her zaman yanımda olan anne ve babama çok teşekkür ederim. Eğitim hayatım boyunca üzerimde emeği olan tüm hocalarıma teşekkürü bir borç bilirim.

**Muhammed Hüseyin OCAK**

**04.09.2020**

## ÖZET

### GELENEKSEL SPOR VE ESPOR SEYİRCİLERİNİN İZLEYİCİ PROFİLLERİ VE TERCİH NEDENLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

**Muhammed Hüseyin OCAK**

**Yüksek Lisans**

**Spor Yöneticiliği Anabilim**

**Danışman: Prof. Dr. Hasan Birol YALÇIN**

**Mayıs 2020, 163 + xvii Sayfa**

Bu araştırmada futbol ve eSpor izleyicilerinin veya bunları bir aktivite olarak yerine getiren bireylerin sahip oldukları motivasyonlar hakkında bilgi edinilmesi ve bu iki tür spora olan seyirci bakış açılarının ve izleyici motivasyon düzeylerinin farklılık gösterme durumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada ayrıca seyircilerin ister futbol ister eSpor branşlarının takipçisi olsunlar motivasyon unsurlarının ve düzeylerinin çeşitli özelliklere göre farklılaşma durumlarının tespit edilmesi amaç edinilmiştir. Araştırmanın evrenini fiziki spor olan futbol ile eSpor olarak yaygınlaşmış olan League of Legends (LOL) ve FIFA'dan birisine yakın ilgi duyan, izleyicisi olan ve takip eden, 18 yaşından büyük bireyler oluşturmaktadır.

Araştırmaya futbol, FIFA ve LOL branşlarından sadece birisine daha fazla ilgi duyan ve bu branşa yönelik seyirci faaliyetlerinde bulunan ve 18 yaşından büyük bireylerin dahil edilmesine karar verilmiş olup, üç branş için eşit sayıda olacak şekilde toplamda 450 kişiye ulaşılmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin toplanması ve değerlendirilmesi için nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada üç branştan birisinin yakın takipçisi olan bireylerin spor motivasyonlarının tespit edilebilmesi için, Pizzo ve ark. (2018) tarafından hazırlanan “Sporda Seyirci Motivasyonları Ölçeği” uzman görüşü alınarak Türkçe’ye uyarlanıp, güvenilirlik çalışması gerçekleştirilmiştir. Veriler Online anket sitesinde hazırlanan form linkinin çeşitli sosyal medya

platformlarında, forumlarda yayınlanmasının akabinde toplanmıştır.

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde IBM SPSS 20 istatistik programı kullanılmıştır. Futbol, FIFA ve LOL branşlarının seyircilerinin demografik özelliklerine, sporcu ve seyirci olma ile ilgili alışkanlıklarına ve video oyun alışkanlıklarına ait dağılımlar yüzde ve frekans olarak gösterilmiştir. Araştırmada her branşta yer alan seyircilerin spor motivasyon ölçeğinde yer alan motivasyon motiflerinden aldıkları puanlar ortalama ve standart sapma ile belirtilmiştir. Araştırmada üç branşın seyircilerinin motivasyon motiflerinin onların çeşitli özelliklerine göre farklılaşma durumlarının incelenmesinde bağımsız örneklemeler için t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Üç ve üçten fazla gruba sahip değişkenler için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda anlamlı çıkan değişkenler için farklılaşan grupların tespitinde post hoc testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Araştırmadaki verilerin analizinde %95 güven düzeyi dikkate alınmıştır.

Araştırmanın ana amaçlarından birisi olan branşlara göre seyirci motivasyonlarının birbirinden farkının belirlenmesi için yapılan analiz sonucunda “sosyal fırsatlar”, “rol model”, “bilgi edinme” ve “fiziksel çekicilik” motiflerinde istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Buna göre futbol branşı seyircisinin FIFA ve LOL branşı seyircilerine göre futbolu (kendi branşını) sosyal fırsatları sebebiyle daha az tercih ettikleri, buna karşın futbolun eSpor branşlarına göre kendisi için daha fazla rol model oluşturduğu, futbol branşı seyircisinin yine eSpor seyircisine göre sporun fiziksel çekiciliğini daha fazla hissettikleri tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Motivasyon, Seyirci, Spor, eSpor

## **ABSTRACT**

### **COMPARISON OF E-SPORTS AND SPORTS IN TERMS OF NAVIGATOR MOTIVATIONS AND REASONS FOR PREFERENCE**

**Muhammed Hüseyin OCAK**

**Master**

**Sports Management**

**Advisor: Dr. Name and surname**

**May 2020, 163 + xvii Page**

In this study, it was aimed to learn about the motivations of football and eSports viewers or individuals who perform them as an activity, and to examine the viewpoints of audiences and motivation levels of these two types of sports. In the study, it was also aimed to determine the motivation factors and levels of differentiation of the audience according to various characteristics, whether they are followers of football or eSports branches. The universe of the research consists of individuals who are over 18 years old, who are close to one of Football, League of Legends (LOL) and FIFA, which have become widespread as physical sports and eSports.

It was decided to include individuals who are more than 18 years of age and who are engaged in spectator activities for this branch and who are more than 18 years old and have an equal number for three branches, and a total of 450 people were reached. Quantitative research method was used to collect and evaluate the data obtained in the research. In the study, in order to determine the sports motivation of individuals who are close followers of one of the three branches, the "Audience Motivations in Sports Scale" prepared by Pizzo was adapted to Turkish by taking expert opinion and a reliability study was carried out. This data was collected after the form link prepared on the Online survey site was published on various social media platforms and forums.

IBM SPSS 20 statistics program was used to analyze the data obtained in the

research. The distribution of football, FIFA and LOL branches' demographic characteristics, habits related to being athletes and spectators, and video game habits are shown in percentage and frequency. In the study, the scores of the audience in each branch from the motivation motifs in the sports motivation scale are indicated with the mean and standard deviation. In the study, t test and one-way analysis of variance were used for independent samples in the study of the differentiation status of the motivation motifs of the audience of three branches according to their various characteristics. Tukey test, which is one of the post hoc tests, was used to determine the differentiating groups for the variables that were significant as a result of one-way variance analysis for variables with three and more than three groups. 95% confidence level was taken into consideration in the analysis of the data in the research.

As a result of the analysis conducted to determine the difference of audience motivations according to the branches, which is one of the main objectives of the study, it was determined that there was a statistically significant difference in the motifs of “social opportunities”, “role model”, “obtaining information” and “physical attraction”. Accordingly, the football branch audience preferred football (their own branch) less than FIFA and LOL branch audiences due to their social opportunities, whereas the football branch audience is again the eSports audience for the eSports audience. According to the fact that they feel the physical attraction of the sport more.

**Key Words:** Motivation, Audience, Sports, eSports

## İÇİNDEKİLER

|                                                        |              |
|--------------------------------------------------------|--------------|
| <b>ONAY SAYFASI.....</b>                               | <b>ii</b>    |
| <b>ETİK UYGUNLUK BEYANI.....</b>                       | <b>iii</b>   |
| <b>ÖN SÖZ .....</b>                                    | <b>iv</b>    |
| <b>ÖZET .....</b>                                      | <b>v</b>     |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                   | <b>vii</b>   |
| <b>İÇİNDEKİLER .....</b>                               | <b>ix</b>    |
| <b>TABLolar LİSTESİ .....</b>                          | <b>xiii</b>  |
| <b>RESİMLER LİSTESİ.....</b>                           | <b>xvi</b>   |
| <b>KISALTMALAR LİSTESİ.....</b>                        | <b>xvii</b>  |
| <br><b>GİRİŞ.....</b>                                  | <br><b>2</b> |
| <br><b>I. BÖLÜM.....</b>                               | <br><b>4</b> |
| <b>1. SPOR VE ESPOR KAVRAMLARININ İNCELENMESİ.....</b> | <b>4</b>     |
| 1.1. Spor .....                                        | 4            |
| 1.1.1. Sporun Tanımı .....                             | 4            |
| 1.1.2. Sporun Önemi .....                              | 5            |
| 1.1.3. Spor Türleri.....                               | 6            |
| 1.1.3.1. Bireysel Sporlar .....                        | 6            |
| 1.1.3.2. Takım Sporları / Çoklu Sporlar .....          | 7            |
| 1.1.4. Sporun Temel Unsuru Olarak Seyirci.....         | 8            |
| 1.1.5. Futbol .....                                    | 8            |
| 1.1.5.1. Futbolun Doğuşu ve Gelişimi .....             | 9            |
| 1.1.5.2. Futbolu Meydana Getiren Unsurlar .....        | 10           |
| 1.2. Sporun Dijitalleşmesi ve eSpor .....              | 12           |
| 1.2.1. Oyun Kavramı ve Dönüşümü .....                  | 13           |
| 1.2.1.1. Ludoloji.....                                 | 14           |
| 1.2.2. eSporun Tanımı ve Ortaya Çıkışı .....           | 15           |
| 1.2.3. eSporun Özellikleri .....                       | 16           |
| 1.2.4. eSporun Tarihsel Gelişimi .....                 | 17           |
| 1.2.4.1. Dünyada eSpor.....                            | 19           |
| 1.2.4.2. Türkiye’de eSpor .....                        | 20           |



|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| 4.2. Araştırmanın Önemi.....                     | 50 |
| 4.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıklar ..... | 51 |
| 4.4. Araştırmanın Problem Cümleleri .....        | 51 |
| 4.5. Evren ve Örneklem .....                     | 52 |
| 4.6. Veri Toplama Aracı ve Yöntemi.....          | 53 |
| 4.7. Verilerin İstatistiksel Analizi .....       | 54 |

## **V. BÖLÜM ..... 56**

### **5. BULGULAR..... 56**

|                                                                                                                                                                                                    |     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.1. Katılımcıların Tanıtıcı Özelliklerinin Dağılımı .....                                                                                                                                         | 56  |
| 5.2. Katılımcıların Branşlarına Göre Spor Seyirci Motifleri Ölçeği Alt Boyutlarından Aldıkları Puanların Dağılımı .....                                                                            | 61  |
| 5.3. Katılımcıların Seyircisi Olduğu Branşlara Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi .....                                                              | 62  |
| 5.4. Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Tanıtıcı Özelliklerine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi .....                                  | 64  |
| 5.4.1. Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi .....                              | 64  |
| 5.4.2. Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor ve Seyirci Olma ile İlgili Alışkanlıklarına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi .....      | 74  |
| 5.4.3. Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Video Oyun Alışkanlıklarına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi .....                           | 82  |
| 5.5. FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Tanıtıcı Özelliklerine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi .....                             | 89  |
| 5.5.1. FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi .....                         | 89  |
| 5.5.2. FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor ve Seyirci Olma ile İlgili Alışkanlıklarına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi ..... | 100 |
| 5.5.3. FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Video Oyun Alışkanlıklarına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi .....                      | 108 |
| 5.6. LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Tanıtıcı Özelliklerine Göre Spor                                                                                                                  |     |

|                                                                                                                                                                                            |            |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi .....                                                                                                               | 114        |
| 5.6.1. LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi                               | 114        |
| 5.6.2. LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor ve Seyirci Olma ile İlgili Alışkanlıklarına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi ..... | 123        |
| 5.6.3. LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Video Oyun Alışkanlıklarına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi .....                      | 130        |
| <b>VI. BÖLÜM.....</b>                                                                                                                                                                      | <b>136</b> |
| <b>6. TARTIŞMA VE SONUÇ .....</b>                                                                                                                                                          | <b>136</b> |
| <b>KAYNAKLAR .....</b>                                                                                                                                                                     | <b>143</b> |
| <b>EKLER .....</b>                                                                                                                                                                         | <b>157</b> |
| Ek 1: Anket Formu .....                                                                                                                                                                    | 158        |
| <b>ÖZGEÇMİŞ .....</b>                                                                                                                                                                      | <b>163</b> |

## TABLOLAR LİSTESİ

|                                                                                                                                                                                 |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tablo 4.1:</b> Nicel Araştırma Yöntemlerinde Örneklem Büyüklüğü.....                                                                                                         | 53 |
| <b>Tablo 5.1:</b> Katılımcıların Seyircisi ve Takipçisi Olduğu Branşlarına Göre Demografik Özelliklerinin Dağılımı .....                                                        | 56 |
| <b>Tablo 5.2:</b> Katılımcıların Seyircisi ve Takipçisi Olduğu Branşlarına Göre Sporcu ve Seyirci Olma İle İlgili Alışkanlıklarının Dağılımı .....                              | 58 |
| <b>Tablo 5.3:</b> Katılımcıların Seyircisi ve Takipçisi Olduğu Branşlarına Göre Video Oyun Oynama Alışkanlıklarının Dağılımı.....                                               | 60 |
| <b>Tablo 5.4:</b> Katılımcıların Spor Seyirci Motifleri Ölçeği Alt Boyutlarından Almış Oldukları Puanların Branşlara Göre Ortalama, Standart Sapma Değerleri                    | 61 |
| <b>Tablo 5.5:</b> Katılımcıların Seyircisi Olduğu Branşlara Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi .....                              | 62 |
| <b>Tablo 5.6:</b> Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Cinsiyete Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                              | 64 |
| <b>Tablo 5.7:</b> Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Yaşa Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                   | 65 |
| <b>Tablo 5.8:</b> Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                        | 67 |
| <b>Tablo 5.9:</b> Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Çalışma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları.....                        | 70 |
| <b>Tablo 5.10:</b> Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                        | 71 |
| <b>Tablo 5.11:</b> Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Yapma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                   | 74 |
| <b>Tablo 5.12:</b> Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Müsabakası İzleme Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....       | 75 |
| <b>Tablo 5.13:</b> Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Branşa Oyuncu Olarak Katılma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları ..... | 77 |

|                                                                                                                                                                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <b>Tablo 5.14:</b> Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....      | 79  |
| <b>Tablo 5.15:</b> Futbol Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oyun Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                       | 82  |
| <b>Tablo 5.16:</b> Futbol Branşının Seyircisi Olan Video Oyun Oynama Süresine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                               | 86  |
| <b>Tablo 5.17:</b> FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Cinsiyete Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                            | 89  |
| <b>Tablo 5.18:</b> FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Yaşa Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                                 | 90  |
| <b>Tablo 5.19:</b> FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                      | 92  |
| <b>Tablo 5.20:</b> FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Çalışma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                     | 95  |
| <b>Tablo 5.21:</b> FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                       | 96  |
| <b>Tablo 5.22:</b> FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Yapma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                  | 100 |
| <b>Tablo 5.23:</b> FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Müsabakası İzleme Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                      | 101 |
| <b>Tablo 5.24:</b> FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Branşa Oyuncu Olarak Katılma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                | 104 |
| <b>Tablo 5.25:</b> FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları ..... | 105 |
| <b>Tablo 5.26:</b> FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                       | 108 |
| <b>Tablo 5.27:</b> FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Video Oyun Oynama Süresine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                          | 111 |
| <b>Tablo 5.28:</b> LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Cinsiyete Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                                    | 114 |
| <b>Tablo 5.29:</b> LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Yaşa Göre Spor Seyircisi                                                                                                                             |     |

|                                                                                                                                                                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                                                                                                                         | 115 |
| <b>Tablo 5.30:</b> LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                      | 116 |
| <b>Tablo 5.31:</b> LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Çalışma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                     | 119 |
| <b>Tablo 5.32:</b> LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                       | 120 |
| <b>Tablo 5.33:</b> LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Yapma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları.....                                                   | 123 |
| <b>Tablo 5.34:</b> LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Müsabakası İzleme Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                      | 124 |
| <b>Tablo 5.35:</b> LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Branşa Oyuncu Olarak Katılma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                | 126 |
| <b>Tablo 5.36:</b> LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları ..... | 127 |
| <b>Tablo 5.37:</b> LOL Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                       | 130 |
| <b>Tablo 5.38:</b> LOL Branşının Seyircisi Olan Video Oyun Oynama Süresine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları .....                                                          | 133 |

## RESİMLER LİSTESİ

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Resim 2.1:</b> League of Legends Oyunu .....                            | 29 |
| <b>Resim 2.2:</b> League of Legends Türkiye Büyük Finali .....             | 30 |
| <b>Resim 2.3:</b> League of Legends Haritası (Sihirdar Vadisi) .....       | 31 |
| <b>Resim 2.4:</b> League of Legends Şampiyonları .....                     | 32 |
| <b>Resim 2.5:</b> Türkiye’deki League of Legends Turnuvaları .....         | 33 |
| <b>Resim 2.6:</b> FIFA International Soccer 1994 .....                     | 35 |
| <b>Resim 2.7:</b> Türkiye eSpor Federasyonu FIFA 20 Turnuva Duyurusu ..... | 38 |
| <b>Resim 2.8:</b> Electronic Arts (EA) FIFA 20 Turnuva Duyurusu .....      | 39 |

## KISALTMALAR LİSTESİ

|               |                                          |
|---------------|------------------------------------------|
| <b>CPL</b>    | : Cyberathlete Professional League       |
| <b>EA</b>     | : Electronic Arts                        |
| <b>ESL</b>    | : Electronic Sports League               |
| <b>LCS</b>    | : League Of Legends Championship         |
| <b>LOL</b>    | : League of Legend                       |
| <b>MSI</b>    | : Mid-Season Invitational                |
| <b>OGA</b>    | : Online Gamers Association:             |
| <b>PES</b>    | : Pro Evolution Soccer                   |
| <b>TESFED</b> | : Türkiye Elektronik Sporlar Federasyonu |
| <b>WCG</b>    | : World Cyber Games                      |

## GİRİŞ

Spor, insanların varlığından itibaren sürekli merak uyandıran bir aktivite olmuştur. Özellikle 21. yüzyıla gelindiğinde spor branşları, kültürü hatta endüstrisi tarihsel seyrine paralel bir şekilde kümülatif olarak gelişimin zirvesine ulaşmıştır. Bu gelişmeler beraberinde herkesin spor hakkında bilgi sahibi olmasına ve etki alanının da genişlemesine zemin hazırlamıştır. Burada önemli olan durum ise bu ilginin temel nedenin araştırılmasıdır. Sporun boş zaman değerlendirme, oyun ve eğlence gibi çeşitli unsurları barındırıyor olması bu soruya cevap niteliğindedir. Hatta sporun sahip olduğu temel özellik olan takım oyunu şekli beraberinde hem toplumların hem de bireylerin spor etkinliklerinden hayat boyu kopamamasına neden olmuştur. Artan bu ilgiyle birlikte dünya genelinde bir rekabet ortamı meydana gelmiştir. Sporun gelişimine eşlik eden teknoloji günümüzde sporun farklı bir boyut kazanmasına da zemin hazırlamıştır. Bu süregelen gelişim beraberinde; pazarlama, iletişim, ticaret, etkinlik veya organizasyon gibi pek çok alanda değişimlere yol açmıştır. Teknolojinin spor üzerinde yarattığı bu etki, yeni spor dallarının oluşmasını sağlamıştır. Bu yeni alanlardan biri de eSpordur.

eSpor henüz yeni gelişmekte olan bir spor dalıdır. Lakin eSporun spor olup olmadığı konusunda farklı görüşler hakimdir. eSpor; en sade şekilde ifade etmek gerekirse video veya bilgisayar başından oynanan oyunlar olarak ifade edilebilir. Bunun yanında birçok dilden, dinden ve ırktan insanlar eSpor sayesinde aynı oyunda buluşabilmekte ve birbirileri ile oyun oynama imkanına sahip olabilmektedir. eSpor sahip olduğu bu özelliğinden dolayı aynı zamanda sosyalleşmenin de elektronik bir versiyonunu sunmaktadır. Bunun yanında eSpor yalnızca insanların evden oynadığı oyunlardan ibaret değil; özel tahsis edilmiş alanlarda ve organizasyonlarda binlerce insanın buluşarak birlikte oyun oynadığı bir spor türüdür. eSporun, spor konusunda değerlendirilmesinin en temel faktörü ise hem zihinsel hem de fiziksel beceri gerektirmesidir.

Günümüzde hem insanların hem de yatırımcıların büyük ilgisini çeken eSpor giderek toplumdaki yerini sağlamlaştırmakta ve kitlelere yayılmaktadır. Özellikle eSpora katılım sadece oyuncu olarak sağlanmadığı için büyük bir takipçi/seyirci veya taraftar kitlesine de sahiptir. eSpor seyircilerinin demografik açıdan sahip olduğu nitelikler sebebiyle, dijital platformlardaki çalışmalarını geliştirmek ve eSpor kitlesi ile bağlantı

kurmak isteyen modern spor kulüpleri ve organizasyonları da eSporun bu gelişimine kayıtsız kalmamaktadır. eSpor, hedef kitlesinin yalnızca çocuklardan oluşmaması, hem genç hem de olgun nüfusa hitap etmesi; kurum ve kuruluşların bu alanda yer edinme çabasını açıklamaktadır. Bu kitlenin kazanılması özellikle sıkı rekabet koşullarında spor kulüpleri veya yatırımcılar için önem arz etmektedir. Ülkemizde de bu konuda önemli girişimler yapılmış; Beşiktaş, Galatasaray, Fenerbahçe, Bursaspor gibi kulüpler kendilerine eSpor takımı kurmuşlardır. Dünyada da önemli spor kulüpleri bu alanda yatırımlarını arttırarak eSpor camiasına girmişlerdir. Örneğin; Manchester City, Paris Saint Germain ve Sporting Lisbon eSporu bir branş olarak kabullenmiş ve bu alanda resmi eSpor takımlarını kurarak faaliyetlerine başlamışlardır. Hem ülkemizde hem de dünyada bu spor kulüplerinin milyonlarca izleyici kitlesi bulunmaktadır. Özellikle içinde bulunduğumuz ve bilgi çağı olarak adlandırılan döneme ayak uydurma girişiminde olan modern spor organizasyonları eSporu bu anlamda önemli bir etkileşim aracı olarak kabul etmektedir.

Yukarıda ifade ettiğimiz gelişmelerin ardından eSpor, turnuvalara dönüşürken, pazarda eSpor oyunlarının varlığı kabul edilmiştir ve bunun ardından eSpor değil artık eSpor oyunlarının türleri ve kategorileri dile getirilmeye başlanmıştır. Özellikle Dota ile başlayan bu macera; Riot Games'in geliştirdiği ve Dota'dan ayrılan bir ekip tarafından oluşturulan League of Legends oyunu ile birlikte zirveye çıkmıştır. League of Legends'in eSporu çok daha kalabalık hale getiren ve izleyicileri etkileyen bir oyun olduğunu ifade etmek yanlış olmayacaktır. Bu gelişmelere katkı sağlayan bir diğer oyun da FIFA olmuştur. Özellikle dünya genelinde futbola olan ilginin fazla olması ile birlikte FIFA'nın gelişimi de hız kazanmış ve oyuncular arasında rekabet artmıştır. Hem League of Legends hem de FIFA rekabeti izleyicilere taşımıştır. İzleyicilerin özellikle geleneksel sporları izleme ile eSpor oyunları izleme davranışlarını güdüleyen motivasyon unsurlarının da bu noktada araştırılması önem arz etmektedir. Bu bağlamda hazırlanan tez çalışması beş bölümden oluşmaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde; spor ve eSpor kavramları incelenmiştir. Bu incelemenin temelinde kavramsal açıklamalar yer alırken bölümün devamında odak nokta sporun dijitalleşmesi ile birlikte eSporun incelenmesi olmuştur. Özellikle eSporun tarihsel gelişimi, başarı unsurları ve geleneksel spor oyunlarından farkları çalışmanın devamında anlam bütünlüğü sağlanması adına önem arz eden başlıklardır. Bölümün son kısmında eSpor oyunları kategorileri ve türleri ifade edilmiştir. Burada yer alan anlatım

ile amaçlanan ise çalışmanın devamında irdelenen önemli bilgisayar oyunlarının anlaşılabilir olmasını sağlamaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümünde; hem dünyada hem de Türkiye’de oldukça fazla kişi tarafından oynana ve izlenen League of Legends ve FIFA incelenmiştir. Bu incelemeler; oyunların özellikleri, ligleri, turnuvaları ve yapımcı şirketleri özelinde yapılmıştır. League of Legends ve FIFA’nın günümüzde bu kadar popüler olmasının altında yatan sebeplerin anlaşılabilmesi adına bu bölümlerde yer alan bilgiler önem arz etmektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde; motivasyon kavramı seyirci özelinde incelenmiştir. Özellikle seyircileri eSpor izleme konusunda neyin motive ettiği bu bölümde araştırılmıştır. Seyirci motivasyonları hem geleneksel spor hem de eSpor çerçevesinde irdelenerek motivasyon kuramlarının bu noktada nasıl seyircileri güdelediği anlatılmaya çalışılmıştır.

Çalışmanın dördüncü ve beşinci bölümleri ise yöntem ve bulgulardan oluşmaktadır. Çalışmanın bu bölümlerinde araştırmaya ilişkin teknik bilgiler yer alırken bulgular bölümünde araştırma örnekleminde yer alan kişi ve oyunlara ilişkin araştırma verilerine yer verilmiştir. Araştırmada elde edilen verilerin analizinde IBM SPSS 20 istatistik programı kullanılmıştır ve Araştırmada elde edilen verilerin toplanması ve değerlendirilmesi için nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

## **I. BÖLÜM**

### **1. SPOR VE ESPOR KAVRAMLARININ İNCELENMESİ**

#### **1.1. Spor**

Canlılığın temel belirtisi hareket olmuştur ve yaşam hareket ile tanımlanmaktadır. (Shank, 2005). Hareket, insan vücudunun gelişiminde önemli bir yer tutmaktadır ve bu hareketin temeli de sporun tarihini oluşturmaktadır. Yani evrimleşme sürecinin ardından insanlık tarihinin başlangıcıyla beraber spor farklı formları ile kişinin yaşantısına girmiştir. Bu formların en bilineni ve ülkemizde de en fazla takip edilen şekli futboldur. Bu başlık altında sporun tanımı, önemi, türleri ve ayrılmaz parçası olan seyirci ile ilişkisi incelenecektir. Ardından futbol kavramı ve ilişkili açıklamalar yapılarak çalışmanın kavramsal temelleri atılacaktır.

##### **1.1.1. Sporun Tanımı**

İnsanlığın ortaya çıkışı kadar eski bir tarihe sahip olan spor, ilk olarak Babil ve Mısır'da insanların becerilerini yarıştırdığı oyunlardan doğmuştur. Eğlenme ve oyun aracı olmakla birlikte geçmiş zamanlarda da spor faaliyetleri bireyler için güç simgesi ve bir geçim kaynağı olarak değerlendirilmiştir. Günümüze gelindiğinde ise spor faaliyetleri sosyal ve kişisel olarak oldukça geniş bir alana ulaşmakta, insanların fiziksel, ruhsal ve zihinsel gelişimleri ile birlikte ekonomik ve sosyal kalkınma süreçlerinde etkili olmaktadır (Yetim, 2014: 165). İnsanlığı farklı yönleri üzerinden etkileyen sporun ne anlama geldiğinin ortaya koyulabilmesi adına ilk olarak bir tanımın oluşturulması gerekmektedir. Fakat, kavramın oldukça köklü bir tarihi olması nedeni ile çok sayıda tanımla karşılaşilmektedir (Dever, 2010: 21).

Woods (2016) tarafından spor; özellikli araç gereçlerin ya da binaların kullanıldığı, fiziksel becerilerin ön plana çıktığı, bir kazanan olabilmesi adına kurallar üzerinden çerçevesi belirlenmiş, kurumsal kimliği olan rekabet içeren faaliyetler spor olarak ifade edilmiştir (Woods, 2016: 7). Bir diğer tanımda ise; bireylerin fiziksel ve ruhsal olarak sağlıklı olması ile birlikte birtakım kurallar doğrultusunda ortaya çıkan

rekabet ortamı içerisinde çeşitli mücadelelerin yapılması, kazanma dürtüsü ile birlikte başarı gücünün arttırılmasına yönelik olarak sergilenen çabalar spor kavramı ile açıklanmıştır (Aracı, 2006). Ağkurt (2018) ise resmi ve organize bir şekilde gerçekleştirilen yarışmaları spor olarak ifade etmiştir.

Yukarıda da verilen tanımlarda da görüldüğü gibi spor kavramının net bir tanım üzerinden açıklanması mümkün olmamaktadır. Bu durumun temel nedeni gündelik yaşam içerisinde spor kavramına yönelik farklı anlamlar ortaya çıkması ve tanımların haricinde kavrama yönelik yaklaşımların geliştirilmesinin mümkün olmasıdır (Yetim, 2008). Bakıldığında spor kavramı ile amatör spor, elit spor, profesyonel spor, engelliler için spor, sağlıklı yaşam için spor, gençler için spor, yaşlılar ve kadınlar için spor gibi farklı ifadelerle özdeşleştirilmek sureti ile kullanılmaktadır (Yıldırım v.dğr., 1993). Ortaya çıkan ifadelere bakıldığında sporun fizikse, zihinsel, pedagojik ve ruhsal etkileri olduğunu ve bireylerin yaşamı üzerinde oldukça önemli rolleri olduğu görülmektedir. Bu nedenle sporun toplumun en yaygın ve en etkili kurumlarından biri olduğu net bir şekilde ifade edilebilmektedir (Yetim, 2014: 173).

### **1.1.2. Sporun Önemi**

Toplumun birer parçası olan bireyler arasındaki ilişkilerin geliştirilmesinde spor etkinlikleri hem sosyal hem de bireysel açıdan oldukça etkili olmaktadır. Spor faaliyetleri sadece bireylerin psikolojik ve fiziksel olarak güçlenmesi noktasında yararlanılmakta olan eğitimi faaliyetler şeklinde yorumlanmamaktadır. Bunlara ek olarak bireyler için sorumluluk bilincinin gelişmesi, iş birliği motivasyonunun arttırılması ve belirli bir düzen içerisinde sosyalleşme süreçlerinin gelişmesi gibi etkileri de bulunmaktadır. Spor aktiviteleri fiziksel kazanımlar çerçevesinde değerlendirildiğinde ise kas ve eklem yapısının gelişimine oldukça önemli katkılar sağladığı görülmektedir. Öyle ki, spor etkinlikleri esnasında kaslar ve eklemler aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Bu nedenle spor faaliyetlerinin düzenli bir şekilde yapılması ile birlikte önemli gelişimler sağlanmakta, spor yapan ve yapmayan bireyler arasında vücut şekli ve gelişimi noktasında belirgin farklar ortaya çıkmaktadır (Slentz v.dğr., 2004: 31-39).

Spor faaliyetlerinin bir diğer katkısı ise sosyal değerlerin ortaya çıkışı ve süreklilik kazanması noktasında yaşanmaktadır. Bireylerin psiko-sosyal gelişimlerinin arka planında spor faaliyetlerinin sürdürüldüğü alanlarda kendilerini farklı şekillerde ifade edebilme olanaklarına sahip olmaları yer almaktadır (Küçük ve Koç, 2004: 131-141). Ayrıca spor faaliyetlerinin kendilerine has kurallarının, süreçlerinin ve etkileşim araçlarının bulunması da sosyal faydaların ortaya çıkmasına katkı sunmaktadır

(Karayılmaz, 2006).

Kuru ve Duman'a (2010) göre bireylerin karakter ve sosyal gelişim süreçlerinde spor faaliyetlerine katılımlarının oldukça olumlu katkıları olmaktadır. Bu nedenle özellikle gelişmiş ülkelere bakıldığında spora oldukça büyük önem verildiği ve bireylerin küçük yaşlarda spor yapmaya başladıkları, spor ve beden eğitimi alanında eğitimler aldıkları görülmektedir. Spor faaliyetleri ile bireyler boş zamanlarını oldukça faydalı bir şekilde değerlendirmek, toplum olarak hareket edebilme becerileri gelişmekte ve sosyal gelişim çok daha güçlü bir şekilde yaşanmaktadır.

### **1.1.3. Spor Türleri**

Spor, doğuşundan itibaren birçok farklı şekilde insanlar tarafından yapılmıştır. Sporun bu kadar çeşitlenmesinin bir sebebi olarak da hem bireysel hem de takım sporları olarak farklı branşlara ayrılmasına neden olmuştur. Bu bağlamda aşağıda bireysel sporlar ve takım (çoklu) sporlar hakkında bilgiler yer almaktadır.

#### **1.1.3.1. Bireysel Sporlar**

Bireysel sporlar; tek kişilik mücadele içeren sporlardır. Bireysel sporların en bilinenleri ise kısaca; atletizm, binicilik, boks, eskrim, güreş, tenis, judo vb. şeklinde ifade edilebilmektedir. Bireysel sporlarda sporcu, rakibi ile direkt mücadele etmektedir ve yoğun dikkat ve konsantrasyon gerektirmektedir. Bu sporlarda sorumluluk yalnızca sporcuya aittir ve başarı veya başarısızlık sporcunun bizzat kendisinin sergileyeceği performansa bağlıdır. Bu durumda diğer takım sporları ile kıyaslandığında bireysel olarak spor yapan bireyler çok daha yoğun bir stres altında olmaktadır. Spor branşının mevcut özellikleri doğrultusunda bireyler karşı karşıya kaldıkları sorunlara yönelik kendileri çözüm geliştirmek durumunda kalmaktadır. Bu ise belirli bir zaman sonra yalnızlık hissinin ağır basmasına neden olabilmektedir. Spor faaliyetlerinde yaşadıkları yalnızlık hissi çoğu zaman gündelik yaşamda da karşılık bulmaktadır (Kat, 2009).

Özetle; bireysel spor branşları, kişinin mücadele gücünün artmasında oldukça etkili olmaktadır. Bireysel sporlarla ilgilenen bireylerin kişilik özellikleri incelendiğinde kendi haklarına sahip çıkma potansiyellerinin yüksek olduğu, hızlı karar alabildikleri, kendilerini rahatlıkla kontrol edebildikleri görülmektedir.

### 1.1.3.2. Takım Sporları / Çoklu Sporlar

En az iki ve üzerinde sporcudan oluşan takımlar arasında gerçekleştirilen futbol, basketbol, hentbol, voleybol, rugby, su topu vb. gibi müsabakalar takım sporları kapsamında yer almaktadır. Takım sporlarında sporcular, belirlenen ortak hedefe yönelik olarak birlikte hareket etmekte ve diğer takım sporcularına üstünlük sağlayabilmek adına birlikte mücadele etmektedirler. Takımın hedefleri takımı meydana getiren üyeler tarafından belirlenir, kararlar birlikte alınır ve kurulan iletişimle birlikte çatışmalar önlenir ve takım iş birliği içerisinde çalışmaya devam eder. Söz konusu mücadele esnasında takımların stratejik planlamalarını hazırlamaları, iyi bir hazırlık yapmaları gerekmektedir. Ayrıcı takımı oluşturan bireylerin başarılı olabilmek adına zihinsel ve fiziksel açıdan kendilerini hazırlaması gerekmektedir. Bir takım sporunda başarılı olabilmek adına oyuncuların eşit bir şekilde hedefe yönelik çalışması gerekmektedir. Bu doğrultuda takım sporcularının sabırlı bir şekilde çalışmalarını sürdürmesi gerekmektedir. Zira, istenilen hedefleri elde etmek için belirli bir zamana ihtiyaç duyulmaktadır (Kabamba ve Bailey, 2011).

Bir takımı birden çok sporcu bir araya gelerek oluşturmaktadır. Bu durumda sporcuların tamamının taktik ve strateji bilinci ile hareket etmesi gerekmektedir. Öyle ki, mücadelenin tamamlanması ile birlikte ortaya çıkan başarı ya da başarısızlık doğrudan takımın birlikte verdiği mücadeleye bağlı olmaktadır. Bu durum sporcuların üzerinden bireysel bir psikolojik baskının oluşmasını engellemektedir. Ekip halinde hareket edebilmenin koşullarının başında bireylerin takım arkadaşlarını iyi tanıması, hangi pozisyonda ne yapılması gerektiğini bilmesi ve becerilerinin farkında olması yer almaktadır. Takım içerisinde sorumluluk gibi başarılar ya da başarısızlıklar da oyuncular arasında paylaşılmaktadır (Kat, 2009). Ayrıca takım sporcusu olmak, takımın diğer sporcuları ile birlikte, belirlenen stratejiler doğrultusunda iş birliği yapmayı da beraberinde getirmektedir. Bu sebeple, sporcuların karşılıklı iletişimi son derece önemlidir. Söz konusu ilişkilerin geliştirilmesinde ve takım içerisinde bir kültürün oluşturulmasında antrenörlerin oldukça önemli bir rolü bulunmaktadır. Takımın yönetilmesi aşamasında öncelikle oyuncuların ortak hedef etrafında toplanmasının sağlanması ve oyuncular ile özel olarak ilgilenilmesi gerekmektedir. Başarılı bir takımda iç çekişmelerden ziyade iş birliğinin olması oldukça önemlidir. Bakıldığında da takım sporlarında dayanışma ruhunun geliştirilmesi ve iletişim becerilerinin güçlendirilmesine yönelik çalışmalar yapılmaktadır (Kabamba ve Bailey, 2011).

#### 1.1.4. Sporun Temel Unsuru Olarak Seyirci

En sade tanımı ile seyirci; herhangi bir müsabakayı izleyen kimseler “seyirci” olarak ifade edilmektedir (Acet, 2001: 19). Bir başka tanımında ise; ortak çıkarlara sahip, spor yarışmalarında benzer tepkileri göstermekte olan, bir araya gelmeleri adına daha önce organize edilmemiş insan grupları seyirci şeklinde adlandırılmaktadır (Çağlayan ve Fişekçioğlu, 2004: 130). Organize olmadan bir araya gelen bu topluluk elde edilen başarının mutluluğunu ya da kaybetmenin üzüntüsünü birlikte yaşamakta ve birlikte müsabaka esnasında yaşananlara tepki vermektedir. Bu süreç içerisinde galip gelmek ya da mağlup olmak ile birlikte seyirciler üzülmeye, hırslanmaya, kendine güvenme, haz duyma gibi yaşamsal deneyimler elde etmektedir (Shank ve Lyberger, 2015: 18). Buradan hareketle spor özellikle gelişmiş, sanayileşmiş ve şehirleşmiş toplumlarda en önemli kitle kültür kurumlarından biri olmakta ve kapsamında oldukça geniş çevrelerin yer aldığı önemli bir kimliği ortaya koymaktadır.

Ülkelerin ekonomileri, teknolojileri, eğitim ve gelişmişlik düzeyleri, sporcuların birbiriyle olan rekabetiyle paralellik göstererek gelişmiştir. Aynı zamanda bu rekabet, sporun seyirciler tarafından daha fazla talep edilmesine de fırsat sağlamıştır. Bu sayede spor, ülkelerin gelişmişlik düzeyini belirleyen önemli bir rol de üstlenmiştir (Gümüş, 2002). Bu rolün en büyük aktörü ise şüphesiz yine seyircilerdir. Spor etkinliği spor endüstrisinin kalbi olarak kabul edilirse, spor seyircisi de bu kalbin atmasını sağlayan kan olarak nitelendirilebilir. Bu açıdan spor endüstrisi içerisinde seyirciler yer almadığında bu endüstri çöküşe geçebilir (Dinç ve Demircan, 2016).

#### 1.1.5. Futbol

“Football” kelimesi İngilizce “foot” (ayak) ve “ball” (top) kelimelerinin bir araya gelmesi oluşmuştur ve Türkçede ise “futbol” olarak kullanılmaktadır. İngilizce farklı futbol sporlarında ilgili branşın ayrılabilmesi amacı ile günümüz futbolunun da ilk kurallarını belirlemekte olan kurum Futbol Birliği (İngilizce: The Football Association) ifadesinden hareketle “Association Football” (Birlik Futbolu) şeklinde adlandırılmaktadır (Aladanlı ve Çördük, 2009: 28). Konuşma dili İngilizce olan ülkeler tarafından ise yalnızca “football” ifadesi kullanılmaktadır.

Futbol kelimesine yönelik olarak etimolojik bir değerlendirme sonrasında sahip olduğu özelliklerin ve kuralların üzerinde durmakta fayda bulunmaktadır. Futbol, birden çok oyuncunun, kurallar çerçevesinde belirlenmiş bir alanda, kalelere gol atmak amacı ile el dışında vücudun tamamının kullanılması ile oynanan bir spor dalı olarak ifade

edilebilmektedir. Oyunun içerisinde zıtlıkların yer alması, ortaya çıkan farklı pozisyonlar ile izleyiciler açısından bir seyir zevki olması, tüm spor branşları içerisinde futbolu ayrı bir konuma taşımaktadır (İnal, 2004). Bir futbol müsabakası 45 dakikalık iki ayrı devreden meydana gelmektedir. Temel düzeyde aerobik bir yapının üzerinde sporcular süratlerini, kuvvetlerini, dayanıklılıklarını ve oyun içerisindeki duruma bağlı olarak teknik ve taktik becerilerini sergilemektedir (Reilly, 1996).

Uzmanlar tarafından futbol bir oyun olarak kabul edilmektedir. Ancak uluslar gözünde futbol, gençlerin hem fiziksel hem de ruhsal olarak sağlıklı kalmalarına olanak sağlaması, bunlara ek olarak psikolojik ve sosyal gelişim süreçlerine olumlu katkı yapması nedeni ile bir eğitim aracı olarak da değerlendirilmektedir. Futbol, bir takım oyunu olarak kabul edilmektedir. Ancak, sporcular oyun içerisinde yeteneklerini sergileyebilmekte ve kendini gösterme şansını yakalamaktadır. Oyuncular, kendilerini gerçekleştirme sürecinde takım arkadaşları ile uyumlu hareket ederek başarı elde edebilmektedir (İnal, 2004). Bu doğrultuda futbol iç dinamikleri ile birlikte hem sporcular hem de seyirciler açısından farklı motivasyonlara sahip olmaktadır.

#### **1.1.5.1. Futbolun Doğuşu ve Gelişimi**

Günümüzde tüm spor dalları göz önünde bulundurulduğunda futbolun oldukça önemli bir konuma sahip olduğu görülmektedir. Bakıldığında milyonlarca futbolcu, futbolcu sayısından çok daha fazla ise seyirci bulunmaktadır. Seyir zevkinin ön plana çıkması nedeni ile örgütlü oynanmaya başlamasından çok daha önce futbol ilgiyi üzerinde toplamayı başarmıştır. İnsanların yaşamında futbolun oldukça önemli bir yere sahip olduğu spor bilimciler tarafından da kabul edilmektedir (Tütüncü, 2017).

Futbolun ilk ortaya çıkışına dair farklı bilgiler oldukça sınırlı olmakla birlikte modern futbolun temellerinin 16.yy'da İngiltere'de atıldığı tahmin edilmektedir. İlk futbol federasyonu ise 1863 yılında İngiltere'de kurulmuştur (Lobnes ve Garret, 1996: 715-727). 1888 yılında ise İngiliz Yönetici William McGregor tarafından The Football League adı ile ilk futbol liginin kuruluşu gerçekleştirilmiştir. Süreç içerisinde futbol hızlı bir gelişim göstermeye başlamış ve 1885 yılında Futbol Birliği tarafından profesyonel futbolculuk resmi olarak kabul edilmiştir (Kerrigan, 2005: 35). Yaşanan bu gelişmelere paralel olarak futbol İngiltere üzerinden tüm dünyaya yayılmaya başlamıştır.

19.yy sonlarına doğru İngiltere dünya genelinde önemli bir hakimiyet alanı elde etmiştir. Bu dönemde İngilizler ile birlikte yerel kesimlerde de futbola yönelik ilgi hızlı bir şekilde artmaya başlamıştır. İlk olarak kendi aralarında futbol oynayan İngilizlere

zamanla birçok millet dahil olmuş, İngilizler tarafından Türklerde futbolla tanışmıştır (İçöz, 2015). Yaşanan gelişmeler neticesinde ülke sınırları içerisinde ilk futbol kulübü, yine İngilizler tarafından İzmir’de kurulmuştur. İlerleyen dönemlerde ise futbol ilgisi İstanbul’a taşınmış Kadıköy ve Moda başta olmak üzere zamanla şehrin geneline yayılmıştır.

Türkiye’de ilk futbol müsabakası ise İzmir ve İstanbul karmaları arasında 1897 yılında oynanmıştır. Profesyonel olarak ilk futbol kulübü ise 1902 yılında James Lafontaine ile Horace Armitag tarafından “Cadıköy Football Club” (Kadıköy Futbol Kulübü) adı ile kurulmuştur. Takip eden yıllarda ise sırasıyla yine İngilizler tarafından Moda Futbol Kulübü ve Rumlar tarafından Elpis kurulmuştur (Sarıalp, 2001). Türkler tarafından kurulan ilk futbol kulübü ise Fuat Hüsnü Bey ve Reşat Danyal Bey’in İngilizce bir ad vererek kurdukları “Black Stocing” olarak tarihe geçmiştir. Bu kulüp ile Rumlar arasında 1901 yılında oynanan müsabaka ise Türk takımlarının ilk müsabaka deneyimi olarak kabul edilmektedir (<https://www.tff.org/default.aspx?pageID=328>, 2020). Bu gelişmeler, 1903 yılında ilk Türk spor örgütü olan “Beşiktaş Basiret Osmanlı Jimnastik Kulübü”nün doğmasına imkân vermiştir. Beşiktaş futbol kulübünün kurulmasından sonra 1905 yılında “Galatasaray” 1907 yılında ise “Fenerbahçe” spor kulüpleri kurulmuştur (Devecioğlu, 2008: 376).

Futbol, günümüzde küresel düzeyde çok sayıda destekçisinin ve aktörünün bulunduğu önemli bir sektör haline gelmiştir. Öyle ki, bu sektör içerisinde gerçekleştirilen faaliyetlerin tamamı çok sayıda insan üzerinde etkili olmaktadır. Futbol sektöründe mali boyut her geçen gün daha da büyümekte ve dünya genelinde gittikçe yaygınlaşmaktadır (Aktaş ve Mutlu, 2016).

#### **1.1.5.2. Futbolu Meydana Getiren Unsurlar**

Wann, Russell, Melnick ve Pease (2001) tarafından, futbol maçlarının seyredilmesi, müsabakalara yönelik tartışmaların yapılması, futbol ile ilgili yaşananların takip edilmesi ve bireylerin gündelik yaşamlarında futbola neden yer verdikleri ile ilgili araştırma yapılmıştır. Araştırmalar neticesinde bu alanda sekiz faktörün ön plana çıktığı belirlenmiş ve literatüre kazandırılmıştır. Bunlar; ekonomik nedenler, spor müsabakalarının estetik özellikleri, bir grubun parçası olması isteği, eğlence, kaçış, heyecan duyma arzusu, benlik saygısı ve aile gereksinimi duyma olarak sıralanmaktadır. Söz konusu faktörlerinde etkisiyle gelişmiş olan futbol sektörü, günümüzde toplumsal ve bireysel sağlığın korunması fonksiyonuna ek olarak oldukça güçlü bir hizmet sektörünü bünyesinde barındırmasıyla ön plana çıkmaktadır. Medya unsurları ve kitle iletişim

araçlarının da etkisi ile futbol birçok alanda etkili bir tanıtım fonksiyonu da üstlenmeye başlamıştır. Toplum içerisinde oldukça geniş çevrelerin ilgisini üzerinde toplayan ve tüketim etkinlikleri kapsamında eğlence unsuru olarak ön plana çıkan futbol, müteşebbislerin de ilgisini çekmeye başlaması ile birlikte yüksek düzeyde ekonomik hareketlerin ortaya çıktığı oldukça avantajlı bir ekonomik faaliyet alanı olarak kabul edilmeye başlamıştır (Biçer, 1994). Bu bağlamda, futbol endüstriyel bir oluşum olarak değerlendirildiğinde üç temel unsurdan söz etmek mümkündür. Bunlar; kulüpler, seyirciler ve diğer paydaşlar olarak sıralanmaktadır (Basım ve Argan, 2009).

**Kulüpler:** Futbolun en temel aktörleri arasında yer alan kulüpler, futbolun bir ürünü olarak ortaya koyulan spor etkinliklerinin ve bu alan yönelik olarak planlanan organizasyonların hayata geçirilmesi noktasında öncü konumda bulunmaktadır. Futbol sektörünün yönetilmesinde asıl söz sahibi olarak kabul edilen futbol kulüpleri yalnızca yönetim görevlerini üstlenmemektedir. Günümüzde sektörün finansal açıdan yönlendirilmesi ve yönetilmesi aşamasında da kulüplerin oldukça önemli etkileri bulunmaktadır. En temel görevleri ise bir oluşum olarak kendilerini takip etmekte olanlar için keyif verici bir spor etkinliğini sunabilmektir. Ancak, söz konusu görevlerini yerine getirebilmek adına oldukça önemli bütçelere gereksinim duymaktadırlar. Böylesine bir bütçe gereksiniminin ortaya çıkması futbol kulüplerini süreç içerisinde çok daha ticari adımlar atmaya sevk etmektedir (Çatı, Eş ve Özevin, 2017: 205).

**Seyirciler:** Futbol içerisinde seyirciler, pazarlama faaliyetlerinin sürdürüleceği hedef kitleler olarak kabul edilmektedir. Futbol kulüpleri tarafından önem verilen kesimlerin başında seyirciler yer almaktadır. Bu nedenle spor kulüpleri, seyircileri sportif faaliyetler üzerinden memnun etmenin yanı sıra ticari faaliyetler üzerinden de memnun etmeye yönelik birçok çalışma yapmaktadır. Bakıldığında seyircilerin hem ticari hem de sportif olarak memnun edilmesi kulüpler için oldukça önemli bir gelir edilmesini sağlamaktadır (Orçun ve Demirtaş, 2015: 116).

**Diğer Paydaşlar:** Futbol, çok daha geniş bir bakış açısı ile değerlendirildiğinde, gelişim sürecinde doğal aktörler olarak kabul edilen kulüplerin, sporcuların, yöneticilerin ve seyircilerin katkılarına ek olarak birtakım unsurlarında oldukça etkili oldukları görülmektedir. Söz konusu unsurların ise aşağıdaki gibi sıralanması mümkündür:

- **Medya:** Futbol organizasyonlarının tanıtılması ve bu organizasyonların erişim alanlarının genişletilmesi noktasında medya oldukça önemli bir yere sahiptir. Reklam ve tanıtım etkinliklerinde medyanın oldukça güçlü olması nedeni ile

futbol sektörü içerisindeki ürünlerin ve hizmetlerin çok daha geniş kitlelere aktarılması ve bunlardan daha fazla gelir edilmesi aşamasında medyanın güçlü bir işlevi bulunmaktadır (Ünsal ve Ramazanoğlu, 2013: 44).

- Sponsorlar: Futbol organizasyonlarına ticari bir kimliğin kazandırılması, söz konusu organizasyonların çok daha nitelikli hale gelmesi noktasında sponsorlar tarafından yapılan yatırımların ve doğal aktörlerin tanıtım becerilerinin bir araya gelmesinin oldukça önemli bir katkısı bulunmaktadır. Sponsorlar tarafından yapılan yatırımlarla birlikte futbol hem sportif hem de ticari açıdan çok daha çekici hale gelebilmektedir (Tokmak ve Aksoy, 2016: 76).
- Televizyon Yayınları: Televizyonlar üzerinden gerçekleştirilen yayınların medya unsurundan farklı olarak ele alınması gerekmektedir. Öyle ki, televizyon yayınları ile birlikte futbolun görselliği arttırılmakta, sektörün değerinin arttırılması noktasında güçlü bir hamle yapılmakta, organizasyonların dünyanın farklı noktalarında yayınlanması ile birlikte elde edilen reklam gelirlerinde artış yaşanmaktadır (Arık, 2003: 607).
- Ticari Ortaklar: Ticari ortakların başında genellikle futbol müsabakalarında kullanılmakta olan ekipmanların üretimini gerçekleştiren firmalar yer almaktadır. Söz konusu ortaklar, sektörün sahip olduğu potansiyelin daha da yukarılara çekilmesi için gayret etmektedir (Çatı, Eş ve Özevin, 2017: 206).

## 1.2. Sporun Dijitalleşmesi ve eSpor

Spor, ortaya çıktığı andan günümüze kadar sürekli bir devinim içerisinde. Bu devinim kimi zaman değişen oyun kurallarıyla, kimi zamansa oyuna eşlik eden statlar ve idman sahalarıyla gerçekleşmiştir. Şimdi ise dijitalleşme ile birlikte sporda yeni bir değişim başlamıştır. Bu değişimin en önemli aşaması 2000'li yıllarda teknolojik gelişmelerin etkisiyle birlikte yaşanmıştır ve bu dönemde sporun dijitalleşmesi ilk defa bilgisayar oyunları ile birlikte anılmaya başlamıştır (Horzum, Ayaş ve Çakırbalta, 2008: 76-88).

Çocuklar, ergenler ve yetişkinler, günümüzde boş zamanlarını değerlendirmek ve eğlenmek amacı ile birçok oyun oynamaktadır. Dijitalleşmenin de etkisiyle ifade edilmekte olan değişim birtakım bilgisayar eklentileri ve konsollar üzerinden oyunculara yaşatılmaya başlanmıştır. Yaşanan tüm gelişmeler sporun dijital platformlara taşınmasına

zemin hazırlamıştır ve Elektronik Spor (eSpor) kavramı gün yüzüne çıkmaya başlamıştır. Teknolojik anlamda yaşanan gelişmeler eSpor kavramını modern spor ile etkileşimli hale getirmeye başlamıştır ve eSpor “*sporun yeni formu*” olarak lanse edilen ve bilgisayar/konsol/mobil platformlar aracılığıyla oynanan çok oyunculu dijital oyunlar popüler olmaya başlamıştır.

Her ülke eSpor’u farklı tanımlamaktadır ve eSpor ülkelere bağlı olarak çeşitli bakanlıkların (Gençlik, Spor, Kültür, Eğitim bakanlıklarının) ilgili alanlarına girmektedir. Örneğin Amerika’da eSporcular atlet olarak kabul edilmektedir ve eSpor oyuncuları federasyon onaylı lisansa sahiplerdir. Ayrıca 45’ten fazla ülkede Ulusal eSpor Federasyonu mevcuttur (Türkiye de dâhil olmak). Tüm bu devlet desteklerinin yanında, eSpor’un büyüyen bir pazar olması ve yatırımların giderek artması; spor kulüplerinin de eSpor arenasında faaliyet göstermesine yol açmıştır (Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2018).

Spor ve oyun sektörü arasındaki ilişkiyi doğru yorumlamak, dijitalleşmenin bu iki alanda ne denli etkili olduğunu incelemek çalışma adına önem arz etmektedir ve bu bağlamda aşağıda bu kavramlara ilişkin detaylı açıklamalar yer almaktadır.

### 1.2.1. Oyun Kavramı ve Dönüşümü

Oyun kavramı ile ilgili yapılmış net bir tanım bulunmamasına karşılık literatür kapsamında kavramla ilgili birçok çalışmaya rastlamak mümkündür. Türk Dil Kurumu’nun hazırlamış olduğu çevrimiçi sözlükte “oyun” ifadesinin on ayrı anlamına yer verilmiştir (TDK, 2020). Bunlar; “becerilerin ve zekanın gelişmesine katkı sağlayan, kuralları belirlenmiş, vaktin eğlenceli geçirilmesini sağlayan faaliyetler”, “sahne gösterilerinde sanatçıların rollerini yorumlamaları”, “müzikle birlikte gerçekleştirilen hareketler”, “icra edilmek üzere ortaya çıkarılan temsiller, piyesler, eserler”, “bedenen ve zihnen gelişimin sağlanması amacıyla yapılmakta olan, çevikliğe gereksinim duyulan yarışmalar”, “şaşkınlığa neden olan beceriler”, “kumar”, “güreş müsabakalarında rakibi devirmek için uygulanan teknik hareketler”, “tenis ve tavla müsabakalarında belirli bir sayının kazanılması neticesinde ortaya çıkan sonuç”, “hile ve entrikalar” olarak sıralanmaktadır.

Oyun kavramı daha kapsamlı şekilde incelendiğinde ise; özgürce razı olunan, ama tamamen emredici kurallara uygun olarak belirli zaman ve mekân sınırları içinde gerçekleştirilen, bir amaca sahip olan eylem ve faaliyet şeklinde tanımlandığı görülmektedir (Huizinga, 2013: 50). Oyun, yetişkinlerin veya çocukların istediğini yapmakta serbest olduğu aktivitelerdir (Cole ve Morgan, 2001). Diğer bir tanıma göre

oyun, kültürler aracılığıyla geçmişten günümüze aktarılan, günümüzde halen popülerliğini yitirmemiş ve araştırmalara konu olan bir faaliyettir. Oyunların çocuklar üzerinde birçok olumlu katkısı vardır (Dündar v.dğr., 2012; Kol, 2011). Bu çerçevede oyunlar egzersiz, rahatlamak, güzel zaman geçirmek ve eğlenmek amacıyla oynandığında insan hayatına olumlu katkılar sağlamaktadır, fakat biyolojik ve psikolojik açıdan zarar verebilecek durumlar da oluşabilmektedir. Oyunların insan yaşamında zararlı hale gelmesinin sebebi geçmişten günümüze oynanan oyun türlerindeki değişim olabilir. Gelişen teknoloji ile saklambaç, yakar top gibi oyunlar yerini bilgisayar oyunlarına ve hatta internet gerektiren (çevrimiçi dijital oyunlar) bilgisayar oyunlarına bıraktığı söylenebilir. Özellikle gelişim çağında çocukların eve kapanıp sadece bilgisayar veya tablet üzerinden bu oyunları oynaması onların sosyal gelişimlerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Bir araştırmaya göre, insanlar bilgisayarları genellikle oyun oynamak ve internete girmek amacıyla kullanmaktadırlar. Ayrıca bu araştırmanın diğer bulgularını kontrol ettiğimizde, bilgisayar bağımlılığından çok bireylerin oyun bağımlılığı ve internet bağımlılığı düzeylerinin önemli olduğu vurgusu yapılmıştır. Hatta internete veya çevrimiçi oyunlara bağımlı değil, bunlardan elde ettikleri iletişim, alışveriş, item (oyun materyali) gibi materyallere aşırı istek duydukları belirtilmektedir (Tahiroğlu v.dğr., 2010).

Oyun kavramında meydana gelen değişimler değerlendirildiğinde ilk ortaya koyulmuş olan dijital oyun, Steve Russel ile birlikte bir grup arkadaşı tarafından University of Massachusetts'te 1962 yılında geliştirilmiş olan Spacewar “uzay savaşı” olarak bilinmektedir. Oyun alanında ABD tarafından yapılan bu hamleye karşılık olarak ise Rusya’da Alexey Pazhitno tarafından “Tetris” oyunu geliştirilmiş ve bununla birlikte oyun alanında oldukça inanılmaz bir gelişme ve büyüme yaşanmaya başlamıştır (Yılmaz ve Çağıltay, 2005). Özellikle; Japonya, Avrupa ve Kuzey Amerika’da büyük başarı elde eden oyun, yeni bir endüstrinin doğuşuna öncülük ederek yeni şirketlerin oluşmasını, yeni oyunların yaratılmasını sağlamıştır (Gür, 2018). Castells (2005)’in de belirttiği üzere, bu dönemde yeni bir endüstri ortaya çıkmıştır. Kurulan bu yeni pazar alanı kitlelerin arzularını sanal ortama taşımak için büyük bir dönüşüm içerisine girmiştir ve oyunlarda bu dönüşümün temel aktörleri arasında yerini almıştır (Castells, 2005: 487).

#### **1.2.1.1. Ludoloji**

Oyun kelimesi Latince bir sözcük olan “ludos” kökünden gelmektedir. Ludoloji ise, oyunu inceleyen toplumsal ve kültürel bir çalışma alanıdır (Yıldız, 2009: 58). Oyun,

antropolojiden psikolojiye, pedagojiden iletişim bilimlerine dek çeşitli disiplinlerin ilgi alanına girerken, Ludoloji, çoğunlukla dijital oyunu inceleyen, oyun çalışma alanını karakterize eden disiplinin adıdır (Binark v.dğr., 2009: 25). Dijital oyunlar kavramı üst çatı olarak oyun kelimesinin kapsamında yer alsa dahi, sahip olduğu özellikler doğrultusunda dijital oyunların farklı bir grup olarak değerlendirilmesi gerekmektedir. Oyun kavramı ile ilgilenmekte olan birden çok bilim dalı bulunmaktadır. Oyunlara yönelik araştırmaların yapılması esnasında yararlanılmakta olan bilimsel metodların tamamı bünyesinde birçok veri barındırabilmektedir. Söz konusu disiplinler arasında çalışmakta olan, genellikle video oyunlarına yönelik araştırmalar yapan, oyun çalışmalarına yönelik olarak belirlenmiş alanı karakterize etmekte olan disiplin ise “ludoloji” olarak ifade edilmektedir. Bu disiplinde oyunlar oyunun doğasında doğan, oyunlara has olan bir yöntem olarak değerlendirilmektedir (Ünal ve Batı, 2011).

Murray (2005)’e göre, Ludoloji kelimesi bir terim olarak ilk defa Frasca’nın dijital oyunlar ve anlatı arasındaki benzerlikler ve farklılıklar üzerinden ludoloji ve naratoloji karşılaştırması yaptığı makalesinde ortaya konmuştur. Frasca’ya göre, bazı yazarlar siber metinleri ve video oyunlarını geleneksel anlatı ve dramının yeni bir biçimi ya da bir devamı gibi görürler fakat gerçekte bu bilgisayar programları hikâyelerle karakterler, zincirleme olaylar, sonlar ve sahnelendirme gibi birçok öğeyi paylaşmaktadırlar (Akt. Sayılğan, 2016: 165).

Ludoloji alanında birbirinden farklı çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmaların birinde Chris Crawford, oyunun içinde barındırması gereken dört temel özellikten bahsetmiştir. Bunlar; temsil, etkileşim, çatışma ve güvenlidir. Chris Crawford “The Art of Computer Game Design” adlı çalışmada oyun tasarımı temel unsur olarak oynanabilirlik değeri olduğunu vurgulamaktadır. Eric Zimmerman ise oyun tasarımı başarımın anlamlı bir oyun yaratmadan geçtiğini ifade etmektedir (Zimmerman ve Salen, 2005: 59-79).

### **1.2.2. eSporun Tanımı ve Ortaya Çıkışı**

eSporun tanımı ve ortaya çıkışı hakkında bilgiler verilmeden önce kısaca sporun doğuşu ve gelişimi hakkında bilgiler vermek yerinde olacaktır. Spor kavramı tarihsel olarak ele alındığında ilkel toplumlarda görülmekte olan dinsel törenlerin önemli bir kısmında sportif etkinliklere yer verildiği ve günlük yaşam mücadelesi ve sporun bütünsel bir hale gelmiş olduğu görülmektedir. Günümüzde sosyalleşmenin en önemli araçlarından biri olarak yarışmalar kabul edilmektedir (Doğan, 2016). Kısa bir ifade ile spor, temelinde kurumsallaşmış yarışma ruhunun yer aldığı fiziksel etkinlikler şeklinde

tanımlanmaktadır. Spor, herhangi bir fiziksel etkinlikten ayırmakta olan unsurlar ise; organize ve resmi olarak yapılan yarışmalar, rastlantısal olmaktan ziyade arka planında resmi kuruluşların yer aldığı kurallar çerçevesi ve hem yerel hem de uluslararası kurumlardır (Tükenmez, 2011). Gelişen teknoloji ile birlikte bu kuralların düzenlenmesi ve denetlenmesi dijital oyunlarda da mümkün hale gelmiştir ve eSporun ortaya çıkışı bu gelişme ile birlikte hızlanmıştır. Dijital oyun sektörünün gösterdiği gelişim ve rekabetçi oyunculuğun uluslararası bir hal alması beraberinde eSpor kavramını getirmiştir. Literatürde elektronik spor, rekabetçi oyunculuk, profesyonel oyunculuk gibi farklı ifadeler yer alsa da genel anlamda en yaygın kullanım şekli çalışma boyunca yer verildiği gibi eSpor olarak göze çarpmaktadır (Kocaömer, 2018: 6). Bu bilgilerden yola çıkarak hem rekabetçi oyun hem de profesyonellik göz önüne alındığında tüm dijital oyun severlerin mücadele edebildiği oyun turnuvaları eSporun gelişmesinde önemli bir yere sahiptir.

İlk rekabetçi dijital oyun turnuvasının 1970’li yıllara kadar uzandığı bilinse de eSpor son dönemde popüler hale gelmiştir. 2010’lu yıllarda büyük bir takipçi kitlesine ulaşan eSpor başlı başına bir endüstri haline gelmeye başlamıştır. Özellikle son yıllarda akademik anlamda da büyük ilgi gören eSpor üzerine yapılan çalışmaların sayısı her geçen gün artmaktadır. Örnek vermek gerekirse; Argan v.dğr., (2006) tarafından yürütülmüş olan çalışma doğrultusunda; “dünyanın iki farklı noktasında bulunan iki insanın internet aracılığı ile ya da dünyanın farklı yerlerinden gelmekte olan insanların geniş çaplı organizasyonlar ile buluşarak oyunlar oynayabilecekleri, fiziksel ve zihinsel olarak birçok sporun gerektirdiğinden fazlasını içermekte olan spor” olarak tanımlanmaktadır (Argan v.dğr., 2006).

Tüm bu tanımlamalar göze önüne alındığında eSpor; fiziksel veya zihinsel aktivitelerin bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığıyla çevrimiçi ortamlarda gerçekleştirildiği, rekabetçi bir spor türü olarak karşımıza çıkmaktadır. eSpor, modern spor branşlarının dijital ortamlara uyarlanan versiyonlarının oynanmasını değil, genel olarak dijital oyunların rekabetçi olarak profesyonel anlamda oynanmasını ifade etmektedir (Lee, An ve Lee, 2014: 33-34). eSpor oyunları bu rekabetin yaşandığı en dikkat çekici alanlardan biri olarak göze çarpmaktadır ve hem rekabet hem de eğlence içeren, yeni bir sportif olgu olarak karşımıza çıkmaktadır.

### 1.2.3. eSporun Özellikleri

Söz konusu sporun yapısına bağlı olarak sahip olduğu birtakım özellikler bulunmaktadır. Bu özellikler ise kısaca aşağıdaki gibi ifade edilebilmektedir (Argan ve

Akın, 2007):

- Bilgisayar ya da sanal ortamda oynanabilmesi,
- Yeni tesis ve donanım bakımından büyük finansal kaynaklara ihtiyaç duyması,
- Dünyanın her bölgesinde bu sporu oynayabilme olanağının olması,
- Takım ve Bireysel olarak müsabakaya açık olması,
- Rekabet ve kazanma duygusunun olması,
- Oyuna özgü araç ve gereçlere sahip olması ile birlikte düşünsel ve fiziksel çabaları gerektirme, şeklinde sıralanabilmektedir.

Yukarıda ifade edilen özelliklerin yanında eSpor oyunlarının normal oyunlar ile ortak noktada birleştiği temel özelliklerde olduğunu söylemek mümkündür. Bu özelliklerin bir kısmı yapısal bir kısmı ise diğer özellikler şeklindedir. Juul, “Half Real; Video Games Bitween Real Rules And Functional Worlds” isimli çalışmasında oyunun altı özelliğine vurgu yapmaktadır. Bir oyunda, kural, değişkenlik, değer, oyuncu, oyuncu bağı/çabası ve uyarlanabilirlik olmak üzere altı temel özellik bulunmaktadır (Yengin, 2010: 111). eSpor kapsamında geliştirilmiş olan oyunların oynanabilirlik noktasındaki bu özelliklerine bakıldığında; teknolojik açıdan kendisini yenileyen bir yapısının olması, oyuncularla bütünleşmesi ile birlikte kişiselleşmesi, görüntülerin gerçeklere yakın olması, tekrar oynayabilme, senaryonun oynanabilirlik düzeyi, çok kullanıcı olma gibi özelliklerin ön plana çıktığı görülmektedir (Akın, 2008: 15).

eSpor, Thiborg (2010)’a göre ise; el ve göz arasında doğru ve hızlı bir koordinasyon becerisi gerektirmekle birlikte, eSpor etkinliklerinde bireylerin kalori yaktıklarında dikkat çekmek sureti ile bedensel tarafına işaret etmektedirler. Asyalı, özellikle Koreli oyuncuların genetik özelliklerine bağlı olarak tekrarlayan hareketleri çok daha kolay yapabilmeleri nedeni ile eSpor etkinliklerinde ve turnuvalarında oldukça başarılı olabildikleri öne sürülmektedir (Sezen, 2011: 123).

#### 1.2.4. eSporun Tarihsel Gelişimi

1950’li yılların başlarına gelindiğinde bilgisayar bilimciler tarafından yürütülmekte olan araştırmaların bir bölümü olarak basit simülasyonlar şeklinde video oyunları tasarlanmaya başlamıştır. Bu dönemde, bilgisayar oyunları üç kategoriye ayrılmaktadır. Bunlar; eğitim ve öğretim programları, yapay zekâya yönelik yürütülen araştırmalarda kullanılmakta olan programlar ve toplum üzerinde etkili olmak ya da

onların eğlenmesini sağlamak için kullanılmakta olan programlardır. Bu oyunlar, önemli ölçüde donanımların arasında bağlantı oluşturma zorlu olduğu ve genellikle kısıtlı amaçlara yönelik hizmet sunduktan sonra sökülüp atıldığı zaman da sabit haldeki donanım üzerinde geliştirilmesi nedeni ile endüstride meydana gelen gelişmeler üzerinde etkili olmuşlardır (Tyre, 2018: 4-5). İlerleyen süreçte ise video oyunları, ev ortamında kullanılmakta olan bilgisayarlarda konsollara bağlı bir şekilde düğmeler, joystickler ve diğer kontrolörler 1970’li ve 1980’li yıllara gelinceye dek ana akım popülerliğini elde edememiştir. Aynı sebepten, ilk bilgisayar oyununu kimin geliştirdiğini bilmek veya oyunları kimlerin modellediğinden emin olmak mümkün değildir. Çünkü bu döneme ait, hiçbir zaman yayınlanmayan ve dolayısıyla bilinmeyen birçok oyun vardır. Video oyunlarının popülerliğe ulaşma tarihi, 1980’lerden itibaren başlamıştır ve dünyanın birçok yerinde popüler kültürün bir parçası haline gelmiştir (Akın, 2008: 17-18).

Bu tarihten itibaren oyunların gelişmesi ve yaygınlaşması eSporun tarihsel gelişimini başlatmıştır. eSporun bu tarihini; atari dönemi ve internet dönemi olarak iki aşamada incelemek mümkündür. 1980 ile 1990 arası olan döneme atari dönemi denmektedir (Lee ve Schoenstedt, 2011). Bu dönemde en çok tercih edilen eSpor oyunlarının başında; Midway tarafından yayınlanan ve geliştirilen NBA Jam gibi oyunlar yer gelmektedir. İnternetin evrim geçirmesi ile birlikte diğer eSpor oyunları da popülerleşmeye başlamıştır.

eSporun tarihsel gelişiminin başlangıcı 1980’lerdeki atari oyunları gibi gözükse de gerçek popülerliğini 1999 yılında OGA (Online Gamers Association: Çevrimiçi Oyuncular Birliği)’nin faaliyete geçmesi ile birlikte yaşadığını söyleyebiliriz (Yükçü ve Kaplanoğlu, 2018). Bu dönemi de ikinci dönem olarak nitelendirmek mümkündür. 1999 yılında Londra’da kurulan OGA tanıtımında; “eSpor” terimini kullanan ve modern spor ile karşılaştıran “Eurogamer” Mat Bettinson’ın açıklaması en eski kaynaklardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır (Wagner, 2006). Günümüzde aktif durumda olmayan OGA temelde profesyonel oyuncuları temsil etmeyi ve bu oyunlar üzerinden hile yapılmaması gibi birtakım denetleyici faaliyetler yapmak adına çalışmaktaydı. Yaşanan gelişmeler sonrasında internet, oyun ekipmanları ve teknoloji unsurları ile birlikte tek oyunlar yerine çeşitli oyunlara doğru bir geçiş başlamıştır (Deen v.dğr., 2006).

Ürün olarak eSpor’un gelişme evresinde önemli yeri ve işlevi olan olaylara bakacak olursak, 27 Haziran 1997 yılında Angel Munoz tarafından “Cyberathlete Professional League” (CPL) kurulmuştur. 1997 yılında, CPL tarafından düzenlenen “The Frag” isimli turnuva, canlı olarak ve izleyicilerin önünde gerçekleştirilmiştir. Bu ilk

etkinlik, 4 bin dolar değerinde ürünlerden oluşan ödöl havuzuna sahipken, 1998 yılında gerçekleştirilen “FRAG 2” 15 bin dolar nakit ödöl havuzundan oluşmuştur. Bu durum insanların ilgisini çekmesi ve sektörün gelişimini hızlandırması açısından bir başlangıç kabul edilebilir (Wagner, 2006: 437-438).

2000 yılına gelindiğinde sektör için devrim niteliğinde kuruluşlar ve organizasyonlar oluşturulmuştur. Sektörün en önemli ve ödöl havuzu en geniş organizasyonlarından biri olan Electronic Sports League (ESL) 2000 yılında kurumuştur. Ardından Dünya Siber Oyunları (WCG: World Cyber Games) ismi ile 2013 yılına kadar devam eden ve bir dönem “eSpor Olimpiyatları” olarak düşünülen etkinliğin düzenlediği ilk turnuva da 2000 yılında gerçekleştirilmiştir. Fakat WCG etkinliklerine yeterli desteği bulamadığı için 2014 yılında düzenlenmesi planlanan tüm turnuvalarını iptal ederek kapanmıştır. ESL faaliyetlerine devam etmektedir. Bu gelişmelerin ardından Güney Kore, hem bu organizasyonlara ev sahipliği yapması, hem de oyun sektörüne ve oyuncuların profesyonelleşmesine yaptığı katkı ve yatırımlar sebebi ile eSpor’un ana vatanı olarak kabul görmektedir (Wagner, 2006: 438-439).

Teknoloji üretimi noktasında günümüzde de hem ulusal hem de uluslararası alanda daha iyiye ulaşma noktasında bir yarışa girilmesi, teknoloji geliştirilen ve üretilen mekanlarda artış yaşanmasını sağlamıştır. Bu dönem içerisinde kişisel bilgisayarlar arasında ortak kurulması sağlanmış ve bu sayede aynı yerde iki kişinin oyun oynamasına olanak sağlanmıştır (Laird v.dğr., 2000). Sürecin tamamının kısaca ifade edilmesi durumunda eSporun geçmişten günümüze dek ulaşmasını sağlayan üç önemli faktör ön plana çıkmaktadır. Bunlar; internetin yaygın hale gelmesi, internet kafelerin kurulması ve rekabetçi oyunların geliştirilmesidir. Söz konusu faktörlerin bir araya gelmesi ile birlikte insanlar aynı alanda oyun oynamaya başlamış ve atari salonlarının çok daha gelmiş bir formu ortaya çıkmıştır (Ayhan, 2000).

#### **1.2.4.1. Dünyada eSpor**

Asya ülkelerinde yıllardır popüler olan ve Batı ülkelerinin de yeni yeni dahil olduğu eSpor dünyada sürekli artan bir ivme ile yoluna devam etmektedir. Katılım sayılarından da anlaşılabileceği üzere eSpor 2000’lerin başından günümüze kadar popülerliğini dünya çapında artırmakta olan bir spor olarak kabul edilmektedir. Popülerlięi yalnızca kendi içerisinde kalmayan eSpor organizasyonları dünya çapındaki olimpiyatlara rakip olarak birçoğunu geride bırakma başarısını göstermiştir (Akın, 2018: 28).

2014 yılında düzenlenmiş olan Sochi Kış Olimpiyatları'nda anlık izleyici sayıcısı en yüksek 800.000 olarak tespit edilmiştir. Buna karşılık sadece League of Legend adlı oyunun 2014 Dünya Şampiyonası sırasında anlık izlenme rakamı 8 milyon olarak tespit edilmiştir (Gül v.dğr., 2017: 107). Bu şampiyona 2015 yılında Berlin'de yer alan Mercedes-Benz Arenada düzenlenmiş, 2016 yılına gelindiğinde ise Los Angeles'da yer alan Staples Center'da düzenlenmiştir. Organizasyonun gelişimine bakıldığında ise eSpor için yıllara paralel bir şekilde artan potansiyele sahip olduğu ve dünya çapında çok daha fazla ilgi toplamaya başladığı görülmektedir (Üçüncüoğlu ve Çakır, 2017: 41-44).

Newzoo tarafından 2017 yılında yapılan bir araştırmaya göre; eSpor ekonomisi 2016 yılına göre 2017 yılında %41,3'lük büyüme gerçekleştirmiş olup, sektörün ekonomik boyutunu 696 milyon dolara yükselmiştir. 2017 yılında yapılan eSpor yayın hakları ve medya alımları ile ilgili gelir 95,2 milyon dolar, sektörde yapılan sponsorluk anlaşmalarının boyutu ise 266,3 milyon dolar olarak görülmektedir. Oyun firmalarının 2017 yılında harcadığı rakam değerlendirildiğinde ise 115,8 milyon dolar, eSpor reklam harcamaları 155 milyon dolar ve takımların ürünlerinin, turnuvaların - maçların biletlerinden satımından elde edilen toplam gelir de 63,7 milyon dolar olduğu tespit edilmiştir (Newzoo, 2017). 2017 "Global Esports Market" Raporunda yer alan 2015, 2016, 2017, 2018 ve 2020 araştırmalarına bakıldığında ise 2015 yılında eSpor ekonomisinin boyutu 325 milyon dolar iken bu ekonominin 2021 yılında 1.3 milyar dolar olması beklenmektedir (Newzoo, 2018).

#### **1.2.4.2. Türkiye'de eSpor**

Günümüzde düzenlenmekte olan şampiyonalara ve spor turnuvalarına benzer şekilde seyircilerin, markaların ve medyanın ilgisini çekmekte olan E-Games ve League of Legends Dünya Şampiyonası gibi organizasyonlar üzerinden eSpor hızlı bir şekilde gelişmeye devam etmektedir. Türkiye'de ise 2011 yılında dijital ortamda oyun oynayanlara ve bu alanda ortaya çıkmış olan oyuncu topluluklarına hizmet sunmak amacı ile Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu (TÜDOF) kurulmuştur. 2013 yılına gelindiğinde ise "Gelişmekte Olan Spor Branşları Federasyonu" bünyesine katılmaları sağlanmıştır. Son olarak 2018 yılında ise Türkiye eSpor Federasyonu'nun kuruluşu gerçekleştirilmiştir.

2013 yılı itibari ile tek resmi eSpor ligi olarak öne çıkan League of Legends Şampiyonluk ve Yükselme Ligi organizasyonları sürdürülmektedir. Söz konusu liglerde mücadelelerini sürdürmekte olan oyuncular için Gençlik ve Spor Bakanlığı'na lisans verilmektedir (Üçüncüoğlu ve Çakır, 2017). Böylesine bir gelişim sürecine ilgi gösteren birçok marka, dünyanın farklı noktalarında olduğu gibi Türkiye'de de sponsorluk

çalışmalarına başlamıştır. Bu durumda eSpor, markalar için değerlendirildiğinde geniş kitlelere ulaşabilme imkânı, bireyler açısından ise çeşitli iş olanakları olarak değerlendirilmeye başlamıştır. Dijital oyunlardan 878,8 milyon dolar gelir elde edilmiş ve Türkiye dijital oyun sektöründe dünyada 18. sırada bulunmaktadır (eSpor Raporu 2018: 49).

Bu istatistiklere ek olarak Türkiye’de amatör eSpor kulübü sayısı da 15 bini aşmış durumdadır ve bu kulüplerde oynayan toplam oyuncu sayısı 70 binin üzerindedir (Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2018). Bu amatör eSpor kulüplerine ek olarak ülkemizin önde gelen spor kulüpleri olan Beşiktaş, Fenerbahçe, Galatasaray ve Bursaspor’un da bu alanda kurduğu takımlar bulunmaktadır. Hatta büyük kulüplerin özelinde belediyelerin de kurduğu takımlar yer almaktadır. Örneğin; Bursa Nilüfer Belediyesinin eSpor faaliyetleri sürdüren bir takımı bulunmaktadır. eSpor faaliyetlerinin bu kadar kurumsallaşmasının temelinde milyonlarca kitleye sahip olması ve bir federasyona bağlı olması yer almaktadır diyebiliriz. Rakamlara bakacak olursak ülkemizde 4 milyonu aşkın eSpor taraftarı bulunmaktadır (Gençlik ve Spor Bakanlığı, 2018). Ülkemizde eSpor faaliyetleri genellikle 15 ile 35 yaş arası izleyici kitlesi tarafından takip edilmektedir. Bu kitle; lise, üniversite ve yüksek lisans döneminde olan ergen ve genç yetişkin bir kesimden oluşmaktadır. Bu taraftar kitlesi, demografik olarak incelendiğinde ise kitlenin %56’sının erkek %44’ünün ise kadın olduğu görülmektedir (eSpor Raporu 2018: 50).

Ülkemizdeki eSpor oyuncularının kazançlarına bakacak olursak Türkiye’deki tek profesyonel League of Legends oyununa ait olsa da ilk 10 sıraya bakıldığında Counter Strike: Global Offensive oyuncularının çoğunlukta olduğu görülmektedir. Türk oyuncular arasında en yüksek kazanç ise Özgür “woxic” Eker’e aittir. Bu kazanç 2020 yılı itibari ile 295,184.33 dolardır. Bu kazansı ise Can “Xantares” Dörtkardeş, 230,304.16 dolar ile takip etmektedir. Türkiye’deki tek profesyonel lig League of Legends oyununa ait olsa da League of Legends bu listede 11. sıradadır ve 11. sırada League of Legends oyunundan en çok parayı kazanan oyuncu 62,179.00 dolar ile Asım Cihat “Fabulous” Karakaya’dır (<https://www.esportsearnings.com/countries/tr>, 2020).

#### **1.2.5. eSporu Etkileyen Başarı Unsurları**

Çalışmanın bu bölümünde eSporu etkileyen başarı unsurları iki farklı noktada incelenecektir. Bunlardan ilki; eSporun popülerlik kazanmasında etkili olan başarı unsurları, ikincisi ise eSporda başarılı olmayı etkileyen başarı unsurlarıdır. eSporun son dönemlerde tüm dünya çapında bilinir hale gelmesi ve milyonlarca kitleye ulaşmasında etkili olan faktörler aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- Oyunların Üreticileri ve Oyunlar,
- eSpor Turnuvalarını Yayınlayan Yayın Kanalları,
- Lig ve Turnuva Düzenleyiciler,
- eSpor Takım ve Kulüpleri,
- eSpor Sponsorlukları.

eSporda başarıyı etkileyen birçok unsur bulunmaktadır fakat bunlardan bazıları diğer spor dallarına göre eSporda daha fazla önem arz eden unsurlar olmaktadır. eSporda başarılı olmayı etkileyen unsurları ise aşağıdaki gibi sıralanabilir (Argan, Akın, Özer, 2006):

- Antrenman,
- Düşünme hızı,
- El çabukluğu,
- Görme yeteneği,
- Konsantrasyon,
- Önsezi,
- Takım oyunu,
- Zekâ.

Bunlara ek olarak eSporcularda güçlü olması gereken bir diğer unsur da iletişim becerisi olarak ifade edilebilmektedir. Oyun esnasında takımların kendi içerisinde vermesi gereken komutlar bir kişi tarafından belirlenmektedir ve söz konusu komutların oldukça kısa bir zaman içerisinde uygulanması gerekmektedir. Bu etkinliğin sağlanabilmesi için ise takımın dil engellerini aşmış olması gerekmektedir. eSpor branşlarında takımları başarıya götürecek olan faktörlerin başında rakiplerin sıradaki hamlelerinin öngörülmesi ile hamle yapılması, zeka ve düşünme hızı yer almaktadır. Bu da oyuncuların reflekslerinin gelişmesine sebep olacaktır. Bu şekilde ilerleyen bir süreçte oyuncunun konsantrasyonu ve motivasyonu da doğru orantılı olarak artacak, liderlik duygusu da takım içinde gelişerek başarıya ulaşacaktır (Argan ve Akın, 2007).

Tüm bu bireysel yeteneklerin yanında eSporda başarıyı etkileyen bir başka unsurda ekipmanlardır (Mouse, klavye, kulaklık vb). Ekipmanların eşit şartlarda olması

ve eSporcuların evlerinde ya da oyun evlerinde oynadıkları ekipmanlarla turnuvalarda oynadığı ekipmanlar benzerlik göstermek durumundadır. Eşitlik gösterdiği takdirde bireyler performanslarını tam olarak yansıtabilecektir. Aksi takdirde evindeki düzenini turnuvaya yansıtamayan eSporcular istenilen performansı gösteremeyeceklerdir.

#### **1.2.6. eSpor Oyunlarını Geleneksel Spor Oyunlardan Ayıran Özellikler**

eSpor oyunları, geleneksel oyunlardan farklı olarak teknolojinin nimetlerinden faydalanmakta ve kullanıcılara bu minvalde kalite sunmaktadır. Bu anlamda eSpor oyunları temelinde üç ana özelliği barındırmaktadır. Bunlar; teknolojik ortamda üretilmiş görseller, hikâyeleştirme ve etkileşimlilik şeklinde ifade edilebilir. Genel hatları ile fiziksel/hareketli oyunlar kategorisinin kapsamında geleneksel oyunlar yer almamaktadır. Ancak teknolojiye yaşanan gelişmelerle beraber oyuncuların fiziksel olarak da oyunlara dahil edilmesi mümkün olmaktadır. Özellikle eSpor alanında yeni gelişmeye başlayan VR teknolojisi sayesinde hem fiziksel anlamda hareket ederek hem de rakipler ile Online maç yapma şansı olmaktadır (Binark ve Sütçü, 2009). Günümüzde spor ile teknolojinin hızla iç içe geçmeye başladığı bir süreç yaşanmaktadır. Antrenman tekniklerinde, müsabaka analizlerinde, spor müsabakalarının yönetimlerinde ve daha birçok noktada teknolojinin etkili bir konuma geldiğini söyleyebiliriz. Bu anlamda tamamen teknolojik bir spor türünün ortaya çıkması aslına bakılırsa pek de şaşırtıcı bir durum değildir.

Ayrıca yukarıda ifade edilen farklara ek olarak bütün oyunların sahip olduğu temel unsurları taşıyan eSpor oyunlarının geleneksel oyunlardan ayrıldığı en belirgin fark için oyun oynama edimlerinde yeni medyanın özelliklerinin yer almasıdır (Binark ve Sütçü, 2009). eSpor oyunlarının sahip olduğu özellikler, oyunların türüne göre oyun içerisinde farklı oranlarda değişebilmektedir (Laird v.dğr., 2000). Bu farklar aşağıda eSpor oyun kategorileri ve türleri üzerinden daha net ifade edilebilmektedir.

#### **1.2.7. eSpor Oyun Kategorileri ve Türleri**

Uluslararası eSpor turnuvaları kapsamında yer alan yarışmalar, farklı şekillerde kategorize edilebilmektedir. Yapılan sınıflandırmalar ekip halinde olabildiği gibi kişisel olarak da yapılabilmektedir. eSpor için yapılmakta olan sınıflandırmalar; spor oyunları, yarış oyunları, hareket oyunları, strateji oyunları ve serüven oyunları olarak sıralanmaktadır (Argan ve Akın, 2007: 50). Bunun yanında eSpor oyun kategorileri ve türleri oynama açısı, toplu oynama, oyun stratejisi gibi birçok özellik dikkate alınarak farklı şekillerde de değerlendirilebilmektedir. Aşağıda bu türler incelenmiştir.

### 1.2.7.1. Gerçek Zamanlı Strateji Oyunları (Real Time Strategy- RTS)

Öncelikle bilgisayar odaklı olarak ortaya çıkan bu oyunlar, oldukça uzun yıllar boyunca bilgisayarlar için en çok tercih edilen oyunlar olmuşlardır. Bu durumda RTS her dönem ilgi görmeye devam etmiş, eş zamanlı bir şekilde inşa edilmekte olan mekanlar, ordular, topluluklar ve medeniyetin geliştirilmesini konu alan oyunlar olmaktadır. Başarıya ulaşabilmek için kullanılmakta olan strateji, sınırlı miktarda bulunan kaynaklarla idare edebilme ve doğru hamleler ile oyun sürmektedir. Belirtilmekte olan unsurlar yaratıcılık, farklı bakış açıları geliştirme, hızlı düşünebilme gibi becerilerin ortaya koyulmasını gerektirmektedir. Gerçek zamanlı oyunların önemli özelliklerinin başında, oyuncuların tamamının eş zamanlı olarak oyunlara başlamak sureti ile gelişimlerini de aynı zaman içerisinde gerçekleştirmek durumunda olmaları yer almaktadır. Masaüstü oyunlarla benzerlik göstermekte olan tarafları ile rakiplerin hamlelerini öngörerek, strateji geliştirme ve düşünebilme becerileri gerekmektedir (<https://www.magicgameworld.com/rts-oyun-turu-nedir/>, 2020). MOBA türünün yükselişi ile birlikte, RTS şimdilerde çok daha az popüler olarak kabul görülebilmektedir. Ancak hala ilgi gören özellikleri bulunmaktadır. Özellikle tüm takım oyuncuları ile birlikte karşı takımı yenme motivasyonu ve bu aşamada çeşitli stratejilerin geliştirilmesi hala bu oyunun tercih edilmesinde önemli kriterler arasında yer almaktadır.

### 1.2.7.2. Yönetilen Karakterin Gözünden Oynan Oyunlar (First Person Shot-FPS)

Bilinen en eski oyun türlerinin başında FPS olarak ifade edilen oyunlar yer almaktadır. Oldukça eski bir kökene sahip olan bu oyunlar, 1990'lı yılların başında geliştirilmiş olan elektronik oyunların dahi atası olarak yorumlanmaktadır. Buna ek olarak FPS, terim olarak karakterin gözünden dünyayı görebilmeyi içermektedir. Bu durumda ilk görüş alanı, karakteri görmeyerek içerisinde yer aldığı dünyaya dönük olmak önem arz etmektedir. Oyun süresince görülmekte olan diğer unsurlar ise oyunda alınan hasarın anlaşılması amacı ile göz önünde yer alan can göstergesi, silah, teçhizat durumu, ekipman ve oyuncunun karakter düzeyi olmaktadır. eSpor için popüler oyun türlerinden birisi olan FPS, süratli bir göz ve beyin koordinasyonu istemenin yanında, sürekli pratik, kontrol çevikliği gerektirmektedir. Bu türdeki oyunlar askeri simülasyon gibi gerçekçi içeriklerden, fantastik dünyalara kadar geniş bir yelpazede içerik sunmaktadır. Refleks, hızlı karar verme, takım yönetimi gibi kaliteler bu türdeki oyunlarda başarı için gereklidir (<https://blog.monsternotebook.com.tr/fps-oyunu-nedir-en-cok-oyunan-fps-oyunlari-nelerdir/>, 2019). Ülkemizde bu türdeki başlıca oyunlar

aşağıdaki gibidir:

- Counter Strike Global Offensive
- Overwatch
- Point Blank
- Wolfteam
- Zula

Turnuvaların en gözde oyun türlerinden biri olan FPS, aynı zamanda çok sayıda oyuncunun en çok tercih ettiği türlerden biri olarak da kendini göstermektedir. Ayrıca önceki bölümlerde ifade ettiğimiz eSpor kazançları en çok bu türde yer alan oyunlar üzerinden sağlanmaktadır. Fakat bu oyunların yaş sınırı 18 yaş ve üzeridir. Ayrıca son zamanlarda popüler olan ve milyonlarca oyuncusu bulunan “Player Unknown’s Battlegrounds” kısaltmasıyla PUBG, bu oyunun günümüzdeki en büyük temsilcisidir (<https://www.redbull.com/tr-tr/pubg-hakkinda-bilmeniz-gerekenler>, 2020).

#### **1.2.7.3. Çok Oyunculu Oyunlar (Massively Online Battle Arena- MOBA)**

En popüler oyun türlerinden biri de “çevrimiçi çok oyunculu savaş aranası” (MOBA) olarak görülmektedir. Diğer bilgisayar oyunları ve çoklu çevrimiçi oyunlar arasında bir karşılaştırma yapıldığında oyuncular tarafından yapılmakta olan zaman yatırımlarının maliyetinin çok daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu oyunlarda oyuncular tarafından başarılı performansların sergilenmesi için sanal karakterlerin görevlerini tamamlaması, oyun zamanında daha çok zaman harcaması ve lonca tipi örgütlenmelere dahil olması gerekmektedir (Binark, 2007). Bu durumda çevrimiçi oyun oynamakta olan oyuncular, oyunların tasarımlarının gerektirmiş olduğu mekaniklerle birlikte oyuncular tarafından üretilen ya da gerçek yaşamdan oyuna yansıtılmakta olan birtakım toplumsal ve kültürel kurallara mutlaka adapte olmalıdır.

Bunun yanında MOBA oyun türünde eSpor oyuncusunun çok olması yanı sıra izleyici sayısı da çoktur. Genellikle, karşılıklı beşer kişilik takımlar arasında oynanır. Her oyuncu bir kahraman (hero) veya şampiyonu kontrol eder. Rol yapma oyunları ile gerçek zamanlı strateji oyunlarında görülmekte olan özellikler taşımaktadır. Bu özellik doğrultusunda RTS oyunları ile benzerlikleri ön plana çıkmaktadır. Ancak, bu tarz oyunlarda öncelikli amaç rakiplerin merkezlerini yok etmek sureti ile galip gelebilmektir. Merkezi ortadan kaldırabilecek güce sahip olabilmek için herolar tarafından oyun içerisindeki minyon, creep vb. yaratıklar kesilmek sureti ile deneyim puanları ve altın

elde edilmektedir. Deneyim puanı seviye (level) olarak geri dönerken, altınlar eşya (item) almaya olanak sağlar. MOBA oyunlarında, merkez yıkıldıktan sonra oyun biter ve sonrasında her şey sıfırlanarak tekrar bir oyun başlar, önceki oyunda elde edilen altınlar ve deneyimler bir önem arz etmez. Ülkemizde de popüler olan bazı MOBA oyunları aşağıdaki gibidir (<https://www.fizidi.com/moba-nedir/>, 2019):

- Dota 2
- League of Legends
- Mobil Legends (Mobil)
- Paragon
- Smite

#### **1.2.7.4. Oyuncunun Oyuncuya Karşı Olduğu Oyunlar (Player vs. Player - PvP)**

“Çok Oyunculu Oyun” içerisinde iki ya da daha fazla oyuncunun arasında geçmekte olan etkileşimin sağlandığı çatışma türü “Oyuncuya Karşı Oyuncu” diğer bir ifade ile “PvP” olarak ifade edilmektedir (Bartle, 2004: 468). PvP, İngiliz dilinde kullanılmakta olan Private kelimesinin kısaltmasıdır. “Server” ve “PvP” kelimelerinin yan yana kullanılması ile birlikte “özel sunucu” anlamı ortaya çıkmaktadır. (<https://www.pvpserverler.org/wiki/pvp-nedir/>, 2017).

Bu oyunlarda karakterlerin ölmesi çoğu zaman bir cezaya tabi olmaktadır. Oyuncunun öldüğü esnada savaş alanında olması halinde mevcut alandan atılması ya da diskalifiye edilmesi mümkündür. Oyunların otomatik olarak oluşturulduğu topluluklarda ya da serbest gruplarda öldürmeye odaklı oyunlar oynamakta olan profesyoneller, ölmeleri durumunda dahil oldukları yerel toplulukların dışında kalabilmektedir. Bazı oyunlarda ise oyuncular öldükten sonra yeniden canlanabilmek için bulundukları düzeye göre değişkenlik gösterecek şekilde oyun içi para veya tecrübe puanı kaybetmektedir. Böylesine durumlarda geçerli olmak üzere, oyun içerisinde oyun karakterlerinin bazılarının sahip olduğu özellikler arasında, ölen oyuncuların kayıpsız bir şekilde yeniden hayata döndürülmesi yer almaktadır. Bu şekilde oyuna tekrar dönen oyuncular deneyim puanı ya da para kaybı yaşamaz. Oyuncuların toplu bir şekilde savaşmasının dışında, düello olarak oluşturulmuş türler de bulunmaktadır. Ülkemizde popüler olan veya zamanında popüler olmuş PvP tabanlı oyunlar aşağıdaki gibidir (<https://www.pvpserverler.org/wiki/pvp-nedir/>, 2017):

- Knight Online
- Metin2
- Silkroad Online

Tüm bu oyunlara ek olarak 2010 yılı itibari ile çok oyunculu ve oyuncuya karşı oyuncu yani PvP özelliği eklenmesinden dolayı FIFA’da bu türde değerlendirilebilir.

#### **1.2.7.5. Diğer Türler**

Bu tür içinde çok olmadıklarından temel bir başlık altına alınamamış ancak eSpor arenalarında oldukça ünlü olan bir takım oyunlar yer almaktadır. Örneğin, bir kart oyunu olan “Heartstone” veya yine aynı şekilde çok ilgi gören, dünyanın bir çok yerinde de turnuvaları düzenlenen simülasyon oyunu; “World of Tanks” bu tür içerisinde değerlendirilmektedir. World of Tanks oyunu üzerinden günümüzde de sıklıkla turnuvalar düzenlenmektedir ve eSporun en önemli temsilcileri arasında yer almaktadır (<https://worldoftanks.eu/tr/tournaments/>, 2020).

## II. BÖLÜM

### 2. E-SPORUN POPÜLER YÜZÜ OLARAK LEAGUE OF LEGENDS VE FIFA ONLINE

eSporun giderek popüler olmasının temelinde sektörde oynanan oyunların milyonlarca kullanıcıya ulaşması yer almaktadır. Özellikle League Of Legends ve FIFA bu konuda başarılı oyunlardır ve eSporun gelişmesinde katkıları yadsınamaz. Lee, An ve Lee (2014) tarafından yapılan bir çalışmada eSpor; sanal, çevrimiçi ortamda gerçeği andıran zihinsel ve fiziksel kabiliyetlerin rekabetçi şekilde kullanıldığı aktiviteler şeklinde tanımlanmaktadır. Bu tanımdan yola çıkarak eSporun belirli bir amaca ulaşmak adına oyuncular, takımların üçüncü kişiler aracılığıyla (günümüzde bu konuda çalışan, takım menajerleri ve koçları bulunmaktadır) rekabetçi ortam içinde yer alması da ifade edilebilmektedir (Newzoo, 2016: 5).

Günümüzde bu rekabetçi ortamı temsil eden en önemli oyunlar League Of Legends (LOL, Türkçe anlamı: Efsaneler Ligi) ve FIFA'dır. Aşağıda bu oyunlara ilişkin detaylı bilgiler yer almaktadır.

#### 2.1. League of Legends Oyunu

Oyunlarda kullanıcıların eş zamanlı olarak yer alması, birbirilerini yenmeye çalışmaları ve oyun platformu üzerinden oyuncular arasında iletişimin sağlanabilmesi kullanıcılar arasında yüksek bir etkileşime neden olmaktadır. Günümüzde bu özellikleri temsil eden en popüler oyun League of Legends, (LOL)'dür. Riot Games tarafından 2009 yılında piyasaya sürülen, LOL kurulduğu tarihten bu yana bilgisayar oyunları dünyasının en çok oynanan oyunu haline gelmiş ve eSporun büyümesinin ana parçalarından biri olmuştur (Tassi, 2014). Aşağıda LOL oyununa ait bir kapak resmi yer almaktadır.



**Resim 2.1:** League of Legends Oyunu

**Kaynak:** <https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/>, Erişim Tarihi: 01.04.2020

League of Legends'in yalnızca bir bilgisayar oyunu olarak değerlendirmek çoğu zaman yetersiz görülmektedir. Öyle ki, bu oyunun asıl amacı eSpor haline gelmek ve devamında farklı oyunlara da ilham kaynağı olmaktır. Diğer bir ifade ile bir spor dalının yaratılması amaçlanmaktadır. Strateji geliştirme yeteneğini ortaya çıkaran League of Legends, fantastik bir oyundur. Bu oyunda rekabet dayanan, tempolu, strateji içeren oyunlarda yaşanan heyecan ile rol yapma oyunlarında görülmekte olan öğeler birleştirilmiştir. Oynanış biçimi ve tasarımları bakımından kendisine özgü şampiyonlardan oluşan iki takım bulunmaktadır. Oyunlar, farklı savaş alanları ve oyun modlarında baş başa mücadele esası ile oynanmaktadır. Bunlara ek olarak farklı insanlarla tanışmak, bir takım oluşturmak, birlikte oyun oynayabilmek, zafer, yenilgi, uyum, beceri gibi birçok unsur bu oyunun ruhunda güçlü bir şekilde ortaya çıkmakta ve oyunun çok daha popüler hale gelmesine katkı sağlamaktadır (Tassi, 2014).

Tüm bilgilere ek olarak LOL turnuvaları için özel tribünler bulunmaktadır ve bu turnuvalar için taraftarlara özel biletler satılmaktadır. Tıpkı futbolda olduğu gibi ekranda olan biten her şey seyircilere anlık olarak aktarılmaktadır. "Vodafone Freezone" sponsorluğunda düzenlenen bu etkinlik 2019 yılında bir milyona yakın izleyici tarafından canlı olarak ekrandan takip edilmiştir ve iki binden fazla kişi bu turnuva için bilet satın alarak final maçını tribünlerden izlemiştir. (<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/league-of-legends-turkiye-buyuk-finalinde-sampiyon-belli-oldu-41318014>, 2019).



**Resim 2.2:** League of Legends Türkiye Büyük Finali

**Kaynak:** <https://www.esporfix.com/LOL/turkiye-buyuk-finali-yer-ve-tarihi-belli-oldu/> Erişim Tarihi: 03.04.2020

### 2.1.1. League of Legends Özellikleri

LOL, özellikleri itibari ile oldukça ayrıntılı bir yapıya sahip olmaktadır. İçeriğinde yer alan aşamaların tamamı titizlikle planlanmakta, haritası ise en hassas ve ilgi çeken bölümü olarak değerlendirilmektedir. Harita üzerinde sürdürülmekte olan mücadele çoğu zaman 5'e 5 olarak sürdürülmektedir. Oyunda yer alan karakterler ise 5 farklı görev üstlenmektedir. Oyunda öncelikle merkez kaleye ulaşmak sureti ile kulenin yıkılması amaçlanmaktadır. Söz konusu kulelerin yıkılabilmesi adına "inhibitör" adı verilen minyon üreticilerinin ve diğer rakiplerin geçilmesi gerekmektedir (Özenç ve Tınmazlar, 2019).

Oyunda en çok tercih edilen harita ise rakibin üssüne giden üç farklı koridordan meydana gelen ve iki ayrı bölümü birbirinin çaprazı konumunda yer alan Sihirdar Vadisi olmaktadır. Koridorların tamamı üç kule ve bir inhibitör tarafından korunmakta, haritanın merkezinde ise iki farklı kule yer almaktadır. Aşağıda yer alan resimde oyunda en çok tercih edilen haritanın görseli yer almaktadır.

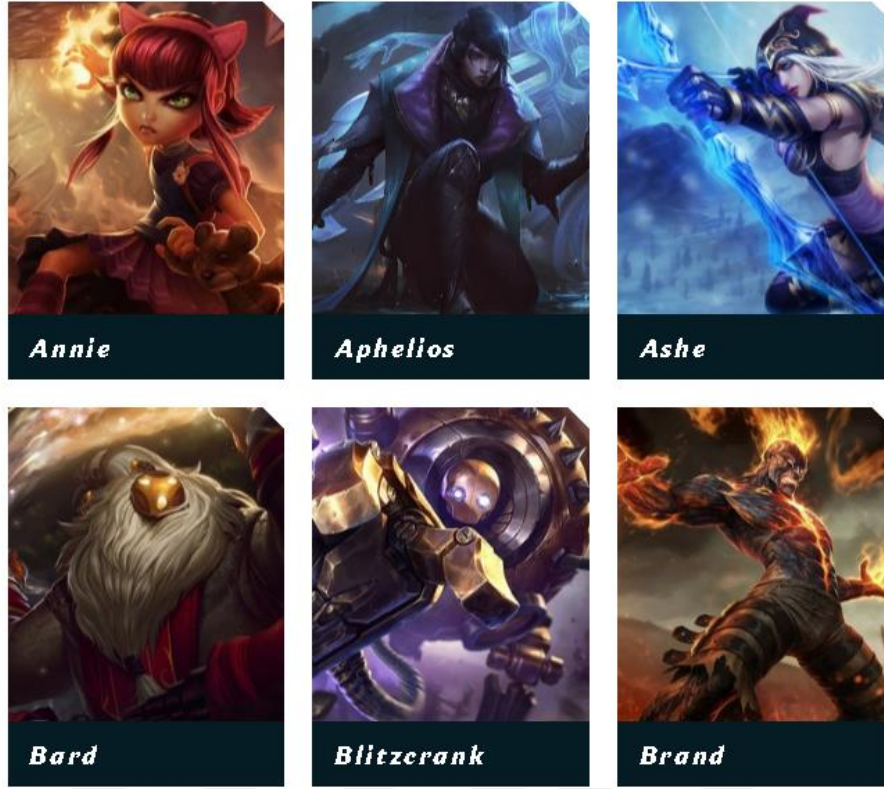


**Resim 2.3:** League of Legends Haritası (Sihirdar Vadisi)

**Kaynak:** <https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/>, Erişim Tarihi: 04.04.2020

Ayrıca oyunda her yıl veya 6 ayda bir haritalar ve kahramanlar güncellenmektedir. Bu güncellemeler ile birlikte oyunculara farklı deneyimler yaşatarak farklı stratejilerin geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Oyun içerisinde oyuncuların her biri kendilerine özgü becerileri bulunan şampiyonları seçmekte ve oyunların tamamında birinci seviyeden başlanması nedeni ile her oyunda farklı şampiyonların seçilmesi ile birlikte çeşitli roller üstlenilebilmektedir. Seçilen şampiyonların farklı yetenekleri olması nedeni ile takım içerisinde belirlenen birbirinden ayrı roller bulunmaktadır. Oyuncular tarafından seçilebilecek 100'ün üzerinden şampiyon olması nedeni ile birçok takım kurgusunun oluşturulması mümkün olabilmektedir. Şampiyonların güçlenmesine paralel olarak kuleler yıkılabilmekte ve buradan rakip takımların merkezine gidilebilmektedir. Koridorda yer alan inhibitörün yıkılması ile birlikte bu noktaya çok daha güçlü minyonlar gelmekte ve rakip takım üzerinde daha çok baskı oluşturulmaktadır (<https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/how-to-play/>, 2020). Aşağıdaki resimde bu şampiyonlardan bazıları yer almaktadır.



**Resim 2.4:** League of Legends Şampiyonları

**Kaynak:** <https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/champions/>, Erişim Tarihi: 04.04.2020

Sihirdar Vadisine ek olarak LOL’de küçük bir alana yatay olarak yerleştirilmiş olan Uğursuz Koruluk ve tek bir koridoru bulunan iki ucunda takımların merkezlerinin bulunduğu Sonsuz Uçurum haritaları yer almaktadır. Oyunların tamamında haritaların kazanılması için takım uyumunun yakalanması ile birlikte bunun için ihtiyaç duyulan takım içi iletişimin sağlıklı bir şekilde kurulması gerekmektedir. Böylesine bir iletişimin sağlanması için oyuncular oyun esnasında yazışarak ya da iletişim araçları aracılığı ile sesli bir şekilde iletişim kurarak oyun içerisinde haberleşmektedir (<https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/how-to-play/>, 2020).

### 2.1.2. League of Legends Ligler ve Turnuvaları

LOL’de turnuva geçmişine yönelik bir inceleme yapıldığında her yıl yükselişe geçtiği görülmektedir. Sezon 1 için İsveç’te düzenlenmiş olan Dreamhack turnuvasının ödül havuzu 100.000 dolar olarak belirlenmiştir. Bu turnuva toplamda 1.6 milyon kişi tarafından izlenmiş, sadece final maçı 210.000 kişi tarafından canlı olarak takip edilmiştir. 2. Sezona gelindiğinde ise 5 milyon dolar gibi önemli bir rakama ulaşılmış, Riot Game ise eSpor mecrasında tüm kesimler tarafından bilinmeye başlamıştır. Yaşanan gelişmeler

neticesinde birçok ülkede farklı LOL takımları kurulmaya başlamış ve bu ülkelerde ulusal ligler oluşturulmaya başlamıştır. Oluşturulan liglerde mücadele etmekte olan takımlar şampiyon olmaları sonrasında LOL dünya şampiyonasına katılabilmektedir. LOL şampiyona serisi farklı ülkelerde gerçekleştirilen turnuvalar ve liglerdir. Ülkelerin liglerinde yer alan takım sayıları değişkenlik göstermektedir. Bu takımlar kendi aralarında şampiyon olabilmek ve bunun sonucunda para ödülüne ulaşabilmek adına mücadele etmektedir. Bunlara ek olarak milyon dolarlara ulaşan birçok turnuva düzenlenmektedir.

Bunlar arasında en bilinenlerinden biri MSI (Sezon Ortası Turnuvası)'dır (<https://mobatr.net/haber/msi-2017-hakkinda-merak-edilenler>, 2017). Her bölgenin lig şampiyonlarının katıldığı bu turnuva 2017 yılında 365 milyon tekil izleyici tarafından takip edilmiştir ve turnuvada 28 farklı ulustan toplamda 144 profesyonel eSporcu mücadele etmiştir. Turnuvanın finali ise 57,6 milyon tekil kişi tarafından izlenmiştir. 2020 Yılında ise bu turnuvanın Temmuz ayında yapılması planlanmaktadır ve rekabet 3 Temmuz Cuma günü başlayıp 19 Temmuz Pazar günü tamamlanacaktır (<https://watch.LOLesports.com>, 2020). Ayrıca bu yıl yapılması planlanan Dünya LOL şampiyonası (Tüm Sezonların Finali) Çin'de 55 bin kişi kapasiteli Şangay Stadyumunda düzenlenecektir. Ülkemizde de LOL turnuvaları sıklıkla düzenlenmektedir. Özellikle markalar veya üniversiteler Riot Games bünyesinde profesyonel takımların mücadele ettiği turnuvalar düzenlemektedir. Aşağıda "events.tr.leagueoflegends.com" sitesi üzerinden duyuruları yapılan güncel turnuva bilgilerinin yer aldığı resim görülmektedir.

20 NİSAN PAZARTESİ



İEL ESPOR Kulübü Okul içi Evden Karantina Turnuvaları-1

Kayıtlar Kapandı

🏆 Çevrimiçi Turnuva

📅 20/04 – 23/04

👥 8–15 Takım



Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi #3

Kayıtlar Kapandı

🏆 Çevrimiçi Turnuva

📅 20/4 15–20

👥 8–15 Takım



Ax Turnuva

KAYIT OL

🏆 Çevrimiçi Turnuva

📅 20/4 15–20

👥 4–7 Takım

Kayıt Kapanışı: 20/4 13:30 MSK



Every Week Tournament

Kayıtlar Kapandı

🏆 Çevrimiçi Turnuva

📅 20/4 16–20

👥 8–15 Takım

**Resim 2.5:** Türkiye'deki League of Legends Turnuvaları

**Kaynak:** <https://events.tr.leagueoflegends.com/>, Erişim Tarihi: 08.04.2020

### 2.1.3. League Of Legends ve Riot Games

Riot Games çok uzak olmayan 2006 senesinde kurulmuş bir oyun yapım ve geliştirme şirkettir. Aslında Riot Games'in bu akımı tetiklemesindeki en büyük nedeni oyun oynamaktan büyük keyif alan iki en yakın arkadaşın, iletişimi kuvvetlendirme eksikliğini bularak kendi oyunlarını yapmaya karar vermeleri olarak kabul edilmektedir ([https://tr.wikipedia.org/wiki/Riot\\_Games](https://tr.wikipedia.org/wiki/Riot_Games), 2020). Los Angeles merkezli, dünyanın en büyük oyun yapım ve geliştirme merkezlerinden biri olan Riot Games, Marc Merrill ve Brandon Beck tarafından, kendi deyimleriyle bir tür isyan-Riot başlatmak için kurulmuştur. Bu ikilinin en büyük tutkuları oyunlar ve özellikle multiplayer odaklı olan iki kişi oynanabilen kurgulardaki oyunlar olarak kendini göstermiştir (Polyon, 2016).

Riot Games, Venture Capital tarafından sağlanmış olan yaklaşık 1 milyon değerinde belirlenmiş bütçe ile League of Legends'i geliştirmeye yönelik çalışmalar yapmaya başlamış ve yürütülen çalışmalar sonrasında destek veren First Mark Capital ve Benchmark Capital yatırımcılar tarafından bütçe 8 milyon dolara kadar çıkarılmıştır ([https://tr.wikipedia.org/wiki/Riot\\_Games](https://tr.wikipedia.org/wiki/Riot_Games), 2020). Tüm bu gelişmelerin ardından 27 Ekim 2009 tarihinde oyun piyasaya çıkmıştır.

### 2.2. FIFA

FIFA, Electronic Arts (EA) çatısı altında yer alan EA Sports tarafından geliştirilmektedir. Seri 1993 yılından itibaren yıllık olarak piyasaya sürülmeye başlanmıştır. FIFA, 1993 yılından bu yana milli takımlar, ulusal ve uluslararası ligler, spor kulüpleri ve futbolculardan oluşan oldukça geniş kapsamı bir kuruluş olmaktadır. Öyle ki, bünyesinde Dünya Kupası, Avrupa Futbol Şampiyonası, Şampiyonlar Ligi gibi oldukça önemli turnuvalar yer almaktadır. EA ise FIFA'dan lisans almak sureti 1993 senesinin sonunda FIFA International Soccer 1994 adı ile ilk oyununu çıkarmıştır.



**Resim 2.6:** FIFA International Soccer 1994

**Kaynak:** [https://www.wikiwand.com/en/FIFA\\_International\\_Soccer](https://www.wikiwand.com/en/FIFA_International_Soccer), Erişim Tarihi: 10.04.2020

Bu oyunda toplam 48 milli takım yer almıştır ve oyunun içerisinde bir de All Star (Yıldızlar Karması) takımı yer almıştır. Oyun karakterleri de rastgele hazırlanmamış gerçek oyuncuların fiziksel özellikleri baz alınarak kurgulanmıştır ([https://www.wikiwand.com/en/FIFA\\_International\\_Soccer](https://www.wikiwand.com/en/FIFA_International_Soccer), 2020). FIFA 95 oyununda ise ilk defa kulüp takımları oyuna dahil edilmiştir ve bu gelişmeden itibaren FIFA her yıl çıkardığı oyuna kulüp takımlarını eklemiştir. Fakat, PES (Pro Evolution Soccer) 2020 ve Juventus arasında özel bir ortaklık anlaşması imzalanmıştır. Bu anlaşma ile birlikte Juventus takımı FIFA 20’de almayacaktır. Bu özelliği ile FIFA’da 95 yılından itibaren ilk defa oyuncular tarafından sevilen bir spor kulübü bulunmayacaktır. Bu hamle sonrasında ise FIFA tarafından Juventus yerine Piemonte Calcio adlı bir takım oyuna dahil edilmiştir. EA Sports’un üretmiş olduğu özel tasarımlar kullanılarak resmi logo ve takım formalarına yer verilmemiştir. Alınan bu kararlar sonrasında Electronic Arts Şirketi’nin yaklaşık olarak 750 milyon dolar zarar ettiği düşünülmektedir ([https://tr.wikipedia.org/wiki/FIFA\\_20](https://tr.wikipedia.org/wiki/FIFA_20), Erişim Tarihi: 15.04.2020). KONAMI şirketinin (PES Yapımcısı) yaptığı bu hamlenin altında ise FIFA’nın 2017 yılında PES’in elinden şampiyonlar ligi lisansını alması olduğu düşünülebilir.

EA gelişen teknoloji ile birlikte FIFA’ya 3D görüntü teknolojisini eklemiştir ve bu gelişmenin ardından hem oyun konsollarında hem de bilgisayarlar üzerinden daha

fazla kullanıcıya ulaşmaya başlamıştır. Fakat oyun oynanış itibari ile klavye üzerinden yeterli ilgiyi görmemiş konsollar üzerinden oynanışı daha fazla benimsenmiştir. Her yıl kendini yenileyerek sektörde varlığını sürdüren FIFA günümüzde de özellikle PS4 ve Xbox konsolları üzerinden fazlasıyla oynanmaktadır (Coşkun ve Övür, 2020: 135). Hatta 2019 yılında yapılan FIFA satışlarının %64'ü PS4 için, %35'i ise Xbox için olmuştur.

### 2.2.1. FIFA Online Özellikleri

FIFA temelinde 11'e 11 maç yapılan bir oyun gibi gözükse de FIFA oyunculara gerçek bir futbol simülasyonu yaşatmaktadır. Oyun içerisinde seçilen takımın tüm futbolcularının yönetilmesi oyuncuya aittir ve oyuncu çeşitli tuşlar ile birlikte pas, serbest vuruş, çalım veya korner atışları ile birlikte gol atmaya çalışmaktadır. FIFA'nın oynanabilirlik açısından özelliklerini iki aşamada incelemek daha faydalı olacaktır. Bu aşamalardan ilkinin FIFA Online'dan önce yani 2010 yılı öncesi piyasaya sürülen FIFA oluşturmaktadır. İkincisini ise FIFA Online oluşturmaktadır. Bu ayrımın temel sebebi ise 2010 yılında gerçekleştirilen güncellemeler ile birlikte oyun içerisine farklı modların gelmiş olmasından kaynaklanmaktadır.

FIFA 2000'li yıllarda oynanış açısından daha sadece ve kolay tuş kombinasyonları ile birlikte piyasaya sürülmüştür. Bu yıllarda FIFA'da oyun kontrolleri yani oynanabilirlik rahat ve birkaç hazırlık maçının ardından kontrollere alışmak mümkündü. Ayrıca Oyun içinde o dönemde eklenen "Career Modu" ile birlikte ortalamanın altında bir takım olarak aşama aşama bu takımı başarılı seviyelere getirmek veya daha büyük takımların başına geçebilmek oyununun en gözde özellikleri arasında yer almaktaydı. Ayrıca FIFA'nın bu dönemde en önemli özelliğinin; takım stratejisinin ve taktiklerinin manuel olarak planlanması olduğu bilinmektedir (<https://technotoday.com.tr/FIFA-2005/>, Erişim Tarihi: 15.04.2020).

FIFA Online'ın özellikleri incelendiğinde ise en temel değişiklikler oyunun çevrimiçi olması ve çok oyunculu bir hale bürünmesine dayanmaktadır. Bu özellik ile birlikte oyuncular birbirleri ile maç yapabilme imkânına kavuşmuştur. Eski FIFA olarak değerlendirdiğimiz FIFA Online öncesi sürümde, bu imkân yalnızca LAN bağlantısı ile mümkün olabilmekteydi. FIFA'nın Online olması ile birlikte aynı zamanda FIFA ultimate team (FUT) özelliği de eklenmiştir. FUT, içinde birçok parametre barındıran bir mod olarak bilinmektedir. Bu özellik ile birlikte FIFA Online'da kadro kurup maç yaptıktan sonra yeni paketler açarak daha iyi oyuncu ve daha iyi malzeme alma fırsatı yakalanabilmektedir. Aynı zamanda bazı oyunculara yatırım yaparak o oyuncular üzerinden FIFA coin kazanma şansı amaçlanmaktadır. Özetle ifade etmek gerekirse

FIFA'nın sadece PS Cafe'de iki arkadaşın oynadığı oyun olmaktan çıkıp, hikâye modu oluşturarak oyunu daha keyifli hale getirmesi en önemli özellikleri arasındadır (<https://www.esporfix.com/rehber/fifa-20-inceleme/>, Erişim Tarihi: 15.04.2020).

FIFA'nın geleneksel 11'e 11 oynanışına ilk defa 2019 yılında bir alternatif geliştirilmiştir. Bu alternatif ile birlikte FIFA, kullanıcılarına farklı deneyimler yaşatmayı planlamaktadır ve bir oynanış modu olarak oyuna eklenmiştir. 24 Eylül 2019 tarihinde duyurulan bu mod; VOLTA adıyla oyuna eklenmiştir ve FIFA 20 versiyonunda yer almaktadır. VOLTA Football özelliği kısaca; geleneksel futbol oyunundan ve özelliklerinden bağımsız olarak sokak futboluna odaklanmaktadır. Genellikle sokak futbolu ve futsal kurallarının geçerli olduğu bu modda oyuncuların kendi oyuncularını yaratma şansı bulunmaktadır. Oyuncular; cinsiyet, kıyafet, ayakkabı, şapka ve dövme ile birlikte yarattıkları karakterleri kişiselleştirme bilmektedir (<https://www.ea.com/tr-tr/games/FIFA/FIFA-20/volta>, Erişim Tarihi: 15.04.2020). Ayrıca Üç farklı oyun türüne sahip bu mod kendi içinde de farklı şekillerde oynanabilmektedir (<https://www.esporfix.com/rehber/FIFA-20-inceleme/>, Erişim Tarihi: 15.04.2020):

- **Boş Kale:** Bu modda küçük kale ve küçük saha bulunmaktadır. Oyun 3'e 3 veya 4'e 4 şeklinde oynanabilmektedir.
- **Kalecili:** Boş kale modundan farklı olarak kalecilerin yer aldığı bu modda kaleler futsal kalesi büyüklüğündedir yani normal kalelerden küçüktür. 4'e 4 veya 5'e 5 şeklinde oynanabilen bu modda en büyük avantaj duvarın efektif olarak kullanılmasıdır.
- **Futsal:** Futsal önceki modlara göre daha fazla kuralın bulunduğu ve sadece 5'e 5 oynana bir moddur.

### 2.2.2. FIFA Online Ligler ve Turnuvaları

Spor oyunları branşında eSpor alanında en çok tercih edilen oyunlardan bir tanesi olarak bilinmektedir. Serinin ilk oyunu 1993 yılında çıkarılmış ve 2020 yılına kadar her yıl oyun grafik ve oynanışsal anlamda güncellenerek her yıl yeniden piyasaya sürülmüştür. Ülkemizde Galatasaray Esports, Beşiktaş Esports ve 1907 Fenerbahçe Esports'un da FIFA oyuncuları bulunmaktadır. FIFA 17 serisi için toplamda 44 turnuva düzenlenmiş olup, 1,4 milyon dolar ödül dağıtılmıştır, FIFA 18 için 42 turnuva düzenlenmiş olup, 2,2 milyon dolar ödül dağıtılmıştır (Playerbros.com, 2019).

2020 yılına gelindiğinde özellikle pandemiden kaynaklı olarak insanların evde vakit geçirmesi ve bu vaktin daha keyifli hale getirilebilmesi adına devreye giren Türkiye eSpor Federasyonu, herkesin katılabileceği bir FIFA 20 turnuvası düzenlediğini duyurmuştur. Turnuva ödülünün 50 bin TL olduğunu duyuran federasyon 1. Hafta kayıtlarını 24 mart 2020 itibari ile açmıştır. Aşağıdaki resimde turnuvanın duyurulması ve turnuva hakkında detaylı bilgiler yer almaktadır (<https://www.fanatik.com.tr/tesfed-FIFA-20-turnuvasini-baslattigini-duyurdu-odul-50-bin-tl-2131353>, Erişim Tarihi: 16.04.2020).



**Türkiye E-Spor Federasyonu**  
@tesfed



Koronavirüse karşı esporla #EvdeKal!

Tüm FIFA 20 oyuncularının katılabileceği, galibiyet alan herkesin Papara'dan ödül kazanacağı 50.000 TL ana ödül havuzlu TESFED #EvdeKal Kupası'nın 1. haftası için kayıtlar başladı.

Detaylar: [bit.ly/EvdeKalKupasi](http://bit.ly/EvdeKalKupasi)



236 4:05 PM - Mar 24, 2020



**Resim 2.7:** Türkiye eSpor Federasyonu FIFA 20 Turnuva Duyurusu

Turnuvanın bir benzeri de FIFA'nın yapımcısı olan Electronic Arts tarafından duyurulmuştur. Global Giving'in Koronavirüs Yardım Fonu'na destek olmak amacıyla düzenlenen bu turnuvada 1 milyon dolar bağış yapılacaktır. aynı zamanda Turnuvada taraftarların ve izleyicilerin COVID-19 ile mücadele etmek ve yayılmasını önlemek amacıyla bağış yapabilmesi ve global yardım çabalarını destekleyebilmesi sağlanacak. Turnuvada kullanılacak takımlar Avrupa'nın en köklü 20 kulübü ile sınırlı olacaktır ve Turnuva, 15 Nisan itibarıyla başlayarak beş gün sürecektir (<https://www.ea.com/tr->

[tr/games/FIFA/FIFA-20/news/FIFA-stay-and-play-cup](https://tr/games/FIFA/FIFA-20/news/FIFA-stay-and-play-cup), Erişim Tarihi: 20.04.2020).



**Resim 2.8:** Electronic Arts (EA) FIFA 20 Turnuva Duyurusu

**Kaynak:** <https://www.ea.com/stay-and-play?isLocalized=true>, Erişim Tarihi: 20.04.2020

### 2.2.3. FIFA ve Electronic Arts

Amerika’da kurulmuş olan Electronic Arts, video ve bilgisayar oyunu üreticisi olarak 2005 yılından bu yanda sektörün en büyük şirketi olma unvanına sahiptir. Öyle ki, bu dönemde toplam gelirinin 2,9 milyar dolar olduğu bilinmektedir. Günümüzde ise bu rakam 3,5 milyar dolar seviyelerine dek gelmiştir. EA adı ile bilinmekte olan bu şirkete ait hisseler ise NASDAQ’da işleme tabi tutulmaktadır. Farklı birçok noktada stüdyosu bulunan şirketin merkezi Kaliforniya, Redwood’da yer almaktadır. Şirketin kurulduğu ilk dönemlerde şirket öncelikli olarak bilgisayar satışının üzerinde durmuştur. 1980’li yılların sonlarına doğru ise oyun konsollarına yönelik çalışmalar yapılmaya başlamıştır. 1990’lı yılların sonları ile birlikte 2000’li yıllarda Need for Speed, Medal ve FIFA serileri ile birlikte küresel düzeyde bir şirket haline gelmiş ve bugün birçok oyunun yapımcısı olma rolünü üstlenmiştir ([https://tr.wikipedia.org/wiki/Electronic\\_Arts](https://tr.wikipedia.org/wiki/Electronic_Arts), Erişim Tarihi: 21.04.2020).

Electronic Arts’ın bir kolu olan; EA Sports tarafından 1993’ten bu yana her yıl çıkarılan FIFA büyük başarılar elde etmiş ve şirketin büyümesine önemli katkılar sağlamıştır ([https://tr.wikipedia.org/wiki/FIFA\\_\(video\\_oyunu\\_serisi\)#cite\\_note-1](https://tr.wikipedia.org/wiki/FIFA_(video_oyunu_serisi)#cite_note-1), Erişim Tarihi: 22.04.2020).

## III. BÖLÜM

### 3. SEYİRCİ VE MOTİVASYON İLİŞKİSİ

Bu başlık altında seyirci ve motivasyon ilişkisi hem eSpor kapsamında hem de geleneksel spor kapsamında incelenmiştir.

#### 3.1. Motivasyonun Tanımı ve Önemi

Motivasyonun anlaşılmasına yönelik ilk yaklaşımlar, Antik Yunan filozofları dönemine dayanmaktadır. Bu filozoflara göre insan davranışını belirleyen temel etmen, hedonizm yani hazcılıktır. İnsanlar haz duymak ve zevk almak için çaba sarf ederken, acıdan kaçınmaya çalışırlar. Bu prensip 17. ve 18. yüzyıllarda filozoflar tarafından benimsenmiş ve geliştirilmiştir. Locke'un duyumsal deneyimler üzerine kurguladığı felsefesinden, insanların haz duydukları duyumsal deneyimler sağlayacak dış uyarıcıların, motive edici bir unsur olabileceği görüşü ortaya atılmıştır (Ali v.dğr., 2011). Motivasyon kavramı etimolojik açıdan incelendiğinde ise köklerinin Latinceye dayandığı görülmektedir. Latince “movere” (Kantar 2008: 124), İngilizce ve Fransızca ise “motive” sözcüğünden gelmektedir. Bu yüzden kavramın Türkçe karşılığını bulmak oldukça güçtür (Görmüş ve Kâhya 2012: 39). Motivasyon genel olarak “bir insanı belirli amaç için harekete iten güç” olarak tanımlanabilir (Keser, 2012: 59). Motivasyon, algının dış yollardan müdahaleler ile yönlendirilmesi olarak da tanımlanabilir. Kantar (2008) ise motivasyonun çeşitli tanımlarını yapmıştır. Bunlar (Kantar 2008: 124);

- Bireylerin bir hedefi gerçekleştirmek için kendi duygu ve istekleriyle hareket etmeleri,
- Hem örgütün hem de bireylerin gereksinimlerini tatminle sonuçlandıracak iş imkânı sağlayarak çalışanın isteklendirilmesi süreci,
- Kişileri belirli davranışlara sevk eden, kişinin kendisinden ya da çevresel faktörlerden oluşan güdüler,
- Hareketin yönü, şiddeti ve devamlılığında yapılan en çok etki,
- Davranışın başlama, sürdürülme, yönlendirilme ve durdurulma şekilleriyle

- organizmada süregelen öznel tepkiler olarak tanımlanmaktadır.

Bu tanımlardan yola çıkarak ifade etmek gerekirse motivasyon bireyi çalışmaya yönlendiren ve isteklendiren eylemler süreci olarak ifade edilebilir. Kişiyi ulaşmak istediği hedef doğrultusunda kendi isteği ile çalışmaya yönlendiren ve başarıya ulaştıracak olan etkidir. Ayrıca motivasyon kavramı, kişileri bazı etkilere maruz bırakarak onların, bu etkilerden önce göstereceği hareket dışında nasıl hareket etmesi gerektiğini sağlayan güdülenme olarak ifade edilmektedir (Şimşek, Akgemci ve Çelik, 2011: 177).

Motive edilmek istenen bireyin ya da grubun dış dünyalarına nasıl baktıklarını ve değerlendirdiklerini bilmek motivasyonun etkili olabilmesi için önemlidir. Motivasyon teknikleri; propaganda, reklam, halkla ilişkiler alanlarında uygulanmaktadır. Bu alanlarda motivasyon tekniklerinin başarılı olması diyalog grubunun iyi analiz edilmesine bağlıdır (İnceoğlu, 2011:85-86). Motivasyon, örgütler için de önemli bir konudur. Bilhassa çalışanları isteklendirmek, örgüt ve örgüt amaçları bakımından önemlidir. Çünkü örgüt, amaçları kapsamında çalışmalarını devam ettirebilir ve bu süreçte en önemli vazife çalışanlara aittir. Bir kurum, çalışan ve çalışan kalitesi ile ilerler. Çalışanların, iş yaptıkları ortam, çalışma koşulları, vazifeleri, kuruma sağladığı başarı gibi birçok etkinlikte motivasyon öne çıkar (Torun, 2015: 25).

### **3.1.1. Motivasyon Kuramları**

İş süreçlerinin hayata geçirildiği tüm alanlarda yürütülmekte olan çalışmanın nasıl daha verimli hale gelebileceğine yönelik değerlendirmeler yapılmaktadır. Yöneticilerin tamamı, iş verimi ve motivasyonunu üst düzeyde çıkarabilmek ve sonrasında bu düzeyde süreklilik sağlamak istemektedir. Kurum yöneticilerinin tamamı, çalışanların motivasyonunu sağlayan faktörlerle ilgili olarak kapsamlı bilgiler elde etmek ve söz konusu faktörleri doğru anlamak durumundadır (Pekel, 2001: 27). Bu durumda motivasyon noktasında yöneticiler tarafından kullanılabilecek farklı model ve teoriler geliştirilmektedir. Bu teorilerin başında ise Maslow tarafından geliştirilmiş olan “İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi” yer almaktadır. Geliştirilen bu teorinin odak noktasında insan gereksinimleri yer almaktadır. Maslow tarafından ihtiyaçlar genel hatları ile beş ayrı grup altında değerlendirilmiş ve hiyerarşik olarak da şu şekilde sıralanmıştır (Keser, 2012: 62-64):

- “Fizyolojik İhtiyaçlar”: İnsanların yaşamlarını sürdürebilmeleri için gerekli olan yemek, su gibi temel ihtiyaçlarla ilgilidir.

- “Güvenlik İhtiyacı”: Fizyolojik ihtiyaçlar karşılandıktan sonra bireyin karşılaması gereken “güvenlik ihtiyacı” hem bugün ile hem de gelecek ile ilişkilidir. Barınmayı ve fiziksel güvenliğini kapsar.
- “Sosyallik İhtiyacı”: Bireyin diğer bireyler ile olan iletişimini kapsar. İnsan sosyal bir canlı olduğu için diğer insanlarla birlikte hareket etmek ister.
- “Saygı İhtiyacı”: Birey gerçekleştirilmiş eylemlerinin diğer insanlar tarafından görülmesini ve takdir edilmesini ister.
- “Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı”: İhtiyaçlar hiyerarşisinde en üstte “kendini gerçekleştirme ihtiyacı” vardır. Birey ilk dört ihtiyacını gerçekleştirdikten sonra yani fizyolojik ve psikolojik olarak belirli bir olgunluğa geldikten sonra “kendini gerçekleştirmek” ister.

İlk dört ihtiyaç giderildikten sonra birey kendisine daha fazla zaman ayırabilir ve yeteneklerinin farkına vararak bunları sergileyebilir. Maslow’un teorisi, daha sonra başka isimler tarafından eleştirilmiş ve geliştirilmiştir. Maslow’un belirttiği bu beş ihtiyacın dışında başka ihtiyaçlar da ortaya konmuştur. Ayrıca Maslow’un teorisinin dışına çıkan durumlar olmaktadır. Bazı durumlarda Maslow’un belirlediği hiyerarşik sıralama yer değiştirebilmektedir (Keser, 2012). Yukarıda ifade edilen hiyerarşide; sosyallik ihtiyacı, saygı ihtiyacı ve kendini gerçekleştirme ihtiyacı günümüzde hem spor faaliyetleri hem de eSpor faaliyetleri üzerinden dolayı olarak gerçekleştirilebilmektedir. eSporun temelinde yer alan etkileşim özelliği oyuncuların oyun içerisinde birbirleri ile tanışmasına ve sosyalleşmesine imkan tanımaktadır. Hatta birçok iletişim platformu üzerinden profesyonel eSporcular hem takım arkadaşları ile hem de hayranları ile iletişim halinde olabilmektedir. Saygı ihtiyacı ise hem spor hem de eSpor tarafından değerlendirildiğinde iki spor türü için de mümkün olabilmektedir. Sportif faaliyetlerinin tümünde oyuncular başarılı oldukları takdirde taraftar tarafından onaylanmaktadır ve oyuncular insanların görmesini istedikleri yetenekleri yüksek motivasyonla sergileyebilmektedir. Son olarak kendini gerçekleştirme ihtiyacı, temelinde ilk dört ihtiyacın giderilmiş olmasını varsaymaktadır. Bu varsayım üzerinden ifade etmek gerekirse birey, fizyolojik ve psikolojik olarak kendini konumlandığı toplumda saygı ve statü sahibi olduğunu görmek ister. Bu noktada da yine spor ve eSpor özelinde değerlendirme yapmak gerekirse taraftarların veya izleyicilerin özellikle profesyonelleşmiş oyunculara saygı ve sevgilerini göstermeye devam etmesi kişiyi bu noktada kendini gerçekleştirme motivasyonuna yardımcı olabilmektedir.

Motivasyon teorilerine farklı açıdan bakıldığında iki temel kavram literatürde sıklıkla incelenmektedir. Bunlarda birincisi kapsam teorisi, ikincisi ise süreç teorisidir (Koçel, 2005: 636; Silah, 2005: 63).

**Kapsam Teorileri;** Kapsam teorilerinin odak noktasında insanları neyin motive ettiği yer almaktadır. Geliştirilen kapsam teorileri doğrultusunda yöneticiler, bireyleri belli yönlemlere yönlendirmekte olan faktörleri belirlemeye ve bu faktörleri anlamaya çalışmaktadır. Bu sayede yöneticiler söz konusu faktörlere ağırlık vermek koşulu ile çalışanları örgütsel amaçlar çerçevesinde, katma değer artışı sağlayarak etkili bir şekilde yönetebilmektedir. Aynı zamanda bu teorilerde insan, psikolojik ve fizyolojik olarak gelişimini sürdüren bir insan olarak değerlendirilmektedir. Çalışanların sahip oldukları içsel yetenekler ile birlikte mevcut kapasitesi, sergilemekte olduğu tutumlar, sahip olduğu algı, düşüncelerine ve isteklerine zemin oluşturan rasyonel yönleri ortaya çıkmaktadır. Bu durumun bir sonucu olarak bu grupta yer almakta olan teoriler, bireylerin içerisinde yer alan ve onları belirli davranışlara yönlendiren faktörleri anlamaya gayret etmektedir (Koçel, 2005: 644).

**Süreç Teorileri;** Süreç teorileri başlığı altında değerlendirilmekte olan motivasyon teorilerinin temelinde bireylerin hangi amaçlar çerçevesinde, ne şekilde motive oldukları yer almaktadır. Süreç teorileri genelinde ihtiyaçlar, bireyleri belirli davranışlara sevk eden faktörlerden sadece biri olmaktadır. Bireylerin davranışlarının belirlenmesinde, içsel faktörlerin tek başına yetmediği, dışsal faktörler üzerinden bireylerin davranışları üzerinde etki yaratabileceği ve motivasyonları üzerinde rol alabilecekleri vurgulanmaktadır (Koçel 2005: 644-645).

Spor alanında sık bir şekilde ele alınmakta olan motivasyon teorileri ise davranışların temelinde yer alan enerji kaynakları ve yönü üzerinde çeşitli değerlendirmeler yapmakta ve asıl nedenleri anlamaya çalışmaktadır. Bu teorilerin konusunu oluşturmakta olan “enerji” çoğu zaman doğuştan ve çevresel ilişkiler neticesinde ortaya çıkmaktadır. Bir diğer araştırma konusu olarak “yön”, içsel ve dışsal uyarılar karşısında organizmaların göstermekte oldukları reaksiyonların yapıları ve süreçleri ile ilgili olmaktadır. Nedenler üzerinde yoğunlaşmakta olan motivasyon teorileri tarafından organizmalar pasif olarak değerlendirilerek çevresel uyarıcılar ve fizyolojik dürtüler üzerinde durmakta olan mekanik teoriler ile organizmaları aktif bir şekilde ele almakta olan organizmacı teoriler arasına farklılaşan konumlarda görülebilmektedir (Ryan ve Deci, 2000: 54-67).

### 3.1.2. Seyirci Motivasyonları

Bireyler yaşamlarında düzenli olarak dengeye ulaşmak istemekle birlikte kültürel ve toplumsal özellikler, arzuları ve değerleri gibi unsurlar arasında sürekli olarak çelişkiler içerisinde yer almakta ve çatışma eğilimleri göstermektedirler. Spor endüstrisinde bulunan pazarlamacılar spor seyircileri ilgili yapmış oldukları çalışmalarda müsabakaların izlenmesinde etkili olan motivasyonları tespit etmeye çalışmışlardır. Yürütülen bu çalışmalarda bağlılık, beceri, drama, kaçış, estetik, sosyallik, aile, başarı, bilgi, eğlence, estetik, sosyallik gibi farklı alt boyutların “neden seyrediliyor” sorusunun cevabını arama sürecinde yer aldığı görülmektedir (Mullin, Hardy ve Sutton, 2007: 78; Shank, 2005: 33). Çalışmanın bu bölümünde ise seyirci motivasyonları; eSpor seyircileri ve spor seyircileri açısından araştırılmıştır.

#### 3.1.2.1. eSpor Seyircileri (Taraftarlar-Fanlar)

Günümüz dünyasının sporu olarak tanımlanmakta olan eSpor organizasyonlarının temelinde rekabet ve dijital oyunlarının profesyonelleşmesi yer almaktadır. eSpor oyunlarının kapsamında akıllı telefon, konsol ve bilgisayar gibi platformlar üzerinden oynanmakta olan oyunlar yer almaktadır. Online olarak oynanmakta olan oyunların eSpor kapsamında değerlendirilmesi için ilk olarak profesyonel bir ligin olması, takımların kurulmuş olması ve oluşturulan sistemin rekabet dayanması gerekmektedir. Takımların bünyesinde profesyonel oyuncular ile birlikte seyirci kitlelerinin oluşturulması gerekmektedir (Kocaömer, 2018: 6). Televizyon v internet aracılığı ile seyircilerin takip ettiği oyunların yer aldığı eSpora yönelik tartışmalar ortaya çıkmaktadır. Seyirci kitlesinin göz önünde bulundurulması ile birlikte eSpor ve geleneksel spor karşılaştırmaları arasında yapılan kıyaslamalar neticesinde eSpor izleyicilerinin geleneksel spor seyircilerinden farklı olarak oyunu daha önce oynamış oldukları ve bununla birlikte deneyim elde ettikleri belirlenmektedir (Karakuş, 2015: 16). Özbıçakçı (2016) tarafından eSpor izleyicilerinin Türkiye’deki durumuna yönelik olarak bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışmalar neticesinde eSpor ile ilgilenmekte olan seyirci sayısında yıllara bağlı olarak artış meydana geldiği ve Türkiye’de hukuki düzenlemelerin uygulamaya sokulması ile birlikte eSpor alanında oldukça başarılı olunabileceği ifade edilmiştir (Özbıçakçı, 2016).

Profesyonel olarak yapılmakta olan geleneksel spor müsabakalarına benzer bir şekilde her oyunun kendisine özgü seyirci kitlesi bulunmaktadır. Örnek vermek gerekirse voleybol ve futbol müsabakalarını izlemekte olanlar arasında belirgin farkları olduğu

görülmektedir. Bu durum eSpor türleri içinde geçerli olmaktadır. eSpor kapsamında popüler olan oyun tarzları değerlendirildiğinde; spor tabanlı oyunlar, çevrimiçi çok oyunculu savaş alanı oyunları (MOBA - Multiplayer Online Battle Arena), birincil kişi nişancı oyunları (FPS – First Person Shooter), gerçek zamanlı strateji oyunları (RTS – Real Time Strategy), hayatta kalma oyunları (BR – Battle Royale) şeklinde sıralanabilmektedir. Söz konusu oyun türlerinin kendi bünyesinde ilgi toplayan ve geniş kitleleri bulunan oyunları olmaktadır. Bunların en başarılı örnekleri ise MOBA türünden yer alan oyunlar içerisinde; Dota 2 ve League of Legends, RTS oyunları içerisinde Warcraft III ve Starcraft II, spor tabanlı oyunlardan FIFA ve PES, FPS türündeki oyunlardan Overwatch ve Counter Strike: Global Offensive olarak sıralanabilmektedir. Geleneksel spor seyircileri arasında yapılan kıyaslama eSpor için örnek vermek gerekirse; Counter Strike: Global Offensive seyircisi genellikle daha fazla aksiyon ve heyecan sevmektedir. Buna karşın Dota 2 veya LOL kitlesi ise stratejiye ve takım oyununa önem vermektedir. Ayrıca son dönemlerde oyuncuların yoğun bir şekilde ilgi gösterdiği Playerunknown's Battlegrounds (PUBG) ve Fornite adlı oyunların kendilerine özgü oldukça güçlü kitleleri bulunmaktadır (Üçüncüoğlu ve Çakır, 2017: 36). eSpor oyunları arasındaki izleyici kitlesinin farklı olmasının bir diğer sebebi ise izleyiciler üzerinde her oyunun bıraktığı etkinin farklı olması olduğu düşünülebilir.

eSporların izleyici kitlesi 2015'te 235 milyon, 2016'da 323 milyon olarak gerçekleşmiştir. 2017 yılında 385 milyon e-Spor izleyicisinin %71'i erkekler, %39'u kadınlardan oluşmaktadır. eSporlar izleyici kitlesinin 2020'de 590 milyona ulaşması tahmin edilmektedir (Purplepan, 2018). Türkiye'de Digitürk 91. kanalından League of Legends Kış Mevsim finallerini canlı olarak vermiştir. Aynı zamanda eSpor izleyici kitlesi, yıldız veya profesyonel eSporcuların kişisel yayınlarını, karşılaşmalarını ve yaşam tarzlarını takip ederek fan grupları oluşturmaktadır (Purplepan, 2018). Türkiye'de 2017 yılı itibarı ile 7 milyon civarında eSpor izleyicisi bulunduğu tahmin edilmektedir. 2020 yılı sonunda doğru ise Newzoo Global Esports Market Report tarafından yapılan bir araştırmada bu rakamın 15 milyon civarında olacağı düşünülmektedir (Newzoo, 2019).

### **3.1.2.2. eSpor Seyirci Motivasyonları**

Odak noktasında tüketici motivasyonlarının yer aldığı pazarlama bilimi ile ilgilenenler tarafından farklı kavramlarda ve tecrübelerde tüketici motivasyonlarının

arttırılmasını ve sürdürülebilirliği sağlamakta olan formülün ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır (Siemens, 2015: 1). Fakat, bu noktada kalıcı bir formül bulunmamaktadır. Makro ve mikro düzeyde gerçekleşen değişim süreci ile beraber sistemin tamamı kısa zaman aralıkları ile değişme uğramaktadır. Ortaya çıkan formülün güncellenmesi ve yenilenmesi gerekmektedir. Fakat motivasyonların doğru bir şekilde tespit edilmesi parçaların tekrar bir araya yerleştirilmesi noktasında işin çok daha kolay sürdürülmesini sağlamaktadır. eSpor oyunlarında seyirci motivasyonu, söz konusu oyunların, diğer oyun içi etkinliklerin ve görevlerin spesifik oyuncu eğilimlerine göre tasarlanmasında kullanıldığından oyun üreticisi şirketler açısından oldukça önemli katkılar sağlamaktadır (Hussain v.dğr., 2015: 229). Çünkü eSpor seyircisi aynı zamanda potansiyel oyuncudur ve şirketlerin tüketici kitlesi içerisinde yer almaktadır.

Yukarıda ifade edilen bilgilere ek olarak eSpor oyunlarında, seyircileri motive eden bir diğer unsur ise; gündelik yaşam içerisinde görülmeyen hareketlerin oyunlarda serbest bir şekilde yapılabilmesi, beğenilen oyunların yeniden oynanmasının mümkün olması, bireyin arkadaşları ile birlikte çok oyunculu oyunları oynayabilmesi, bireylerin gerçek yaşamın dışına çıkıp hayal dünyasına gidebilmesi olarak sıralanabilmektedir. Sembolik ve geçici bir ortam olmasına karşılık gerçek hayatta olmayanların oyunlarda bireylere sunulması ve bu sayede önemli bir tatmin duygusunun ortaya çıkması önemli bir motivasyon kaynağı olarak değerlendirilmekte birlikte bireylerde güçlülük bir mutluluk hissi oluşturmaktadır (Argan, 2007: 53). Bu his yalnızca o an oyunu oynayan eSporcu tarafından hissedilmemekte aynı zamanda kendin oyuncu yerine koyan seyirci tarafından da aynı hisler hissedilebilmektedir.

eSporla ilgilenmekte olan bireyleri oyunlara yönlendirmekte olan motivasyon unsurlarına yönelik yapılan bir araştırma neticesinde; Qian ve arkadaşları (2019) tarafından eSpor izleyicilerinin öne sürmüş olduğu talepler üzerine bir çalışma yapılmıştır. Yapılan incelemeler neticesinde; eSpor için sürekli olarak gelişmekte olan bir ekonominin ön plana çıkması ve bu organizasyonlarda yer alanlar arasında güçlü ilişkilerin olması nedeni ile eSporun pazarlama noktasında oldukça güçlü bir konuma sahip olduğu belirlenmiştir. Bu bilgiler ışığında ifade etmek gerekirse eSpor seyircilerini motive eden bir diğer unsur da sektörün sürekli büyümesi ve devamında seyircilerin de bu sektöre dahil olma isteğidir diyebiliriz.

Nesiller öncesinde bireyler kendini gerçekleştirebilmek için farklı eylemlere yönelmekte iken bu durum günümüzde çok daha farklı bir platforma taşınmaya başlamıştır. eSpor seyircilerinin bu noktada motive olmasını sağlayan bir diğer unsur ise

kendini gerçekleştirme ihtiyacı ve bu ihtiyacı izlediği oyunlar üzerinden sağlamaktır. Öyle ki seyirciler eSpor oyunlarını sevdikleri için takip etmelerinin yanında kendilerini geliştirmek adına da sıklıkla izlemektedir. Oyunun profesyonel bir eSporcu tarafından oynanışını takip eden eSpor seyircisi izlediği görüntülerden kendine strateji veya taktik oluşturabilmektedir (Özbıçakçı, 2016). Bu bilgiler ışığında ifade etmek gerekirse de eSpor sektöründe kendini gerçekleştirmek isteyen seyirci, oyunu izleyerek bunu yapabileceğine inanmaktadır.

Son olarak eSpor seyircisinin izlediği oyuna yönelik motivasyonunun arttırdığı bir diğer unsur da eğlencedir. Özellikle izlediği eSporcu ile aynı imkanlara sahip olmayan seyirciler sevdikleri ve eğlendikleri oyunu izlemekten de keyif alabilmektedir (De Grove v.dğr., 2014: 210). Son zamanlarda giderek daha popüler hale gelen Youtube ve Twitch gibi kanalların kullanılması ile birlikte seyirciler oyunlar ile ilgili olarak çeşitli videolar izleyebilmekte ve bu sayede fikir ve bilgiye ulaşabilmektedir. Bu alanda oluşturulmuş olan kanallar potansiyel seyircilerin ve yeni oyuncuların kazanılması noktasında da oldukça önemlidir.

### **3.1.2.3. Spor Seyircileri (Taraftarlar-Holiganlar)**

Seyirci ifadesini bir grup şeklinde değerlendiren sosyal psikoloji kapsamında yürütülmekte olan çalışmalar grubu, “belirli gereksinimlere karşılık verilmesi amacı ile beraber hareket etmekte olan bireyler tarafından oluşturulmuş olan topluluk” olarak tanımlamaktadır. Ortaya çıkan bu yaklaşım ve spor seyircisi arasında uygunluk görülmektedir (Karagözlü ve Ay, 1999). Spor seyircileri, müsabaka girişinde yapmış olduğu ödeme ile maç boyunca yer kullanımı ve izleme hakkını satın almakta olan müşteri olarak değerlendirilmektedir (Şahin, 2003). Spor müsabakalarını görüp izlemekte olan ve boş zamanlarını müsabakaları takip etmek adına zaman ayıran bireyler spor izleyicisi şeklinde ifade edilmektedir (Polat, 2013). Guttman (1986) tarafından ise spor seyircisi, spor olaylarını müsabakalar esnasında görsel medya araçları veya canlı bir şekilde izlemekte olan kişi olarak tanımlanmaktadır. Spor organizasyonları açısından seyirci, oldukça önemli bir bileşen olarak değerlendirilmektedir. Spor endüstrisinin kalbi olarak spor etkinlikleri görülmekte spor seyircisi ise kalbin çalışmasını sağlayan kalp olarak yorumlanmaktadır. Bu açıdan seyircilerin olmadığı bir spor endüstrisinden bahsetmek mümkün olmamaktadır (Dinç ve Demircan, 2016).

Düzenlenen spor organizasyonlarının tamamında öncelikle seyirci kitlesine ulaşabilmek amaçlanmaktadır. Ulaşılan seyircilerin doğrudan ya da dolaylı seyirci olması fark etmeksizin birtakım gereksinimleri ortaya çıkmaktadır. Düzenlenen bir organizasyon

ne kadar çok insana ulaşırsa o denli başarılı kabul edilmektedir (Katkat, 2011). Hasırcı (2012) tarafından yürütülen araştırma doğrultusunda ise futbol seyircisi denildiğinde ilk olarak “tarafdar” kavramının akıllara geldiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda taraftarlara yönelik yürütülen araştırmalar neticesinde iki farklı taraftar profilinin var olduğu anlaşılmıştır. Bunlar ise “fanatik” ve “holigan” olarak ifade edilmektedir. Herhangi bir düşünceye, inanişaya yönelik güçlü bir bağıllık hissedilen, bunların dışında bir düşünceyi ve inanişayı kabul etmeyen, davranışlarında aşırılıklar gözlenmekte olan ve çevreye zarar verme eğilimi olan bireyler taraftar olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2020). Yapılan tanımlardan da anlaşıldığı üzere holigan ve fanatik kavramları spor seyircileri sınıflandırması içerisinde yer almamaktadır. Öyle ki, fanatik takımlarına aşırı bir tutkuyla bağlanmış taraftarlar olarak tanımlanmaktadır. Holigan ise müsabakalar sırasında ve sonrasında stadyumlarda ya da stadyumların dışında rakip takım taraftarlarına zarar verme amacını taşıyan kişiler olarak tanımlanmaktadır. Taraftar sınıflandırmalarında ise fanatik ve holigan kavramlarından yararlanılabilmektedir. Bakıldığında sonuç olarak fanatik ve holiganlarda aynı zamanda taraftar olmaktadır (Yörük, 2014).

Taraf olan ve bunun da ötesinde kendisine ait kolektif bir kimlik oluşturan bireyler taraftar olarak tanımlanmaktadır. Taraftar olmanın temel unsuru olarak ise sosyal ilişki ağları içerisinde yer almak gösterilmektedir. Taraf olmak sadece bir spor takımını desteklemek olarak değerlendirilmekten ziyade aktif bir şekilde sosyal ilişki zemininde bulunanlar üzerinden daha etkili bir şekilde kurulmaktadır. Taraftarlık ifadesi aynı zamanda gösteri toplumlarının sunmakta olduğu pasif izleyici olma halinden farklı olarak bir aktiflik çabası olarak kabul edilmektedir (Aydın, Hatipoğlu ve Ceyhan, 2008: 239-316).

Fanatik olmak, gönüllülük esası ile ortaya çıkan bir katılımıda görülen kent ritüeli olmaktadır. Dini, etnik ve bölgesel gruplar, eğitim alınmış olunan okul, kabul günleri vb. aitlik duygularının öne çıktığı toplumlarda ve süreçlerde, kent temelli merkezlerde yoğun olarak yaşanılmakta olan ortamlardan biri futbol maçları ile birlikte bileşenleri olmaktadır (Eker, 2010: 173-182). Tutmakta olduğu takıma koşulsuz bir şekilde bağlanmakta olan ve takımının galip gelmesi adına tüm yolları meşru olarak değerlendirmekte olan kişi fanatik olarak ifade edilmektedir. Kendilerini takımlar üzerinden tanımlama, sahiplenme duygusu güçlü bir şekilde ortaya çıkmakla beraber daha da ileriye giderek söz konusu kimlikleri düzenli olarak toplumsal alanlara yansıtmakta olan ve sahip olduğu özelliklerle sevgili, arkadaş grubu ve aile tarafından kabul görülen taraftar tipi olmaktadır. Örnek vermek gerekirse adanmış taraftarlar düzenli olarak maçlara gitmekle birlikte birtakım ritüelleri olmakta, yüzlerini boyamakta ve tüm bunlar çevrelerinden tarafından anormal

olarak karşılanmaktadır (Or, 2009).

#### **3.1.2.4. Spor Seyirci Motivasyonları**

Spor pazarlamacılarının da ilgilendiği konuların başında motivasyon yer almaktadır. Öyle ki, spor seyircileri tarafından sergilenmekte olan davranışların algılanmasında kullanılmakta olan önemli bir değişken şeklinde değerlendirilmektedir. Wann (2001) tarafından spora yönelik olarak bireylerde taraftarlığın olması için birtakım motivasyon faktörlerinin gerekli olduğu öne sürülmektedir. Taraftar motivasyon faktörleri, bir takımın neden takip edildiği ve neden bireylerin bir takım üzerinden kendisini tanımladığı ile ilişkili olmaktadır (Keaton, Watanabe ve Gearhart, 2015). Spor taraftarı ve spor izleyicisi olmanın temelinde yer alan motivasyonların başında ise “taraftarlık eğilimi” yer almaktadır (Katırcı, 2007). Toplumsal hayat içerisinde sürekli olarak başarısız olan bireyler, bu başarısızlıklarını, tutukları takımların kazandıkları başarılarla bastırmaya uğraşmakta ve bu şekilde mutlu olmaya çalışmaktadırlar. Bu bağlamda, taraftarlar, tutukları takımlar ile kendilerini yüksek düzeyde özdeşleşmiş hissetmektedirler. Tuttukları takımların sevinçleri ve üzüntüleri kendilerininmiş gibi yaşamaktadırlar (Dever, 2010). Hatta çoğu zaman taraftarlar tuttukları takım üzerinden onaylanma arzusu içerisinde. McDonald v.dğr., (2002), yapmış oldukları çalışmada, spor aktivitelerini izlemeye, aile fertleri, arkadaş çevresi ve iş ortaklarıyla beraber vakit geçirme isteğinin önemli bir etken olduğunu ve bunun katılım için motivasyonu arttırdığını ortaya koymuşlardır. Buna benzer şekilde Lee (2015), spor dalına karşı duyulan olumlu yaklaşımın müsabakalara seyirci olarak katılımı olumlu rol oynadığını belirtmektedir. Taraftar futbol kulübünün hem sportif motivasyonunu artırıcı unsur hem de kulübün önemli bir gelir kaynağıdır. Futbol takımlarının taraftar sayıları arttıkça takımların sorumlulukları artmaktadır. Çünkü taraftar takımının başarısına ve gelirlerine olumlu yönde etki ederken olumsuz sonuç doğuracak hareketler de yapabilmektedir (Lee, 2015: 34).

## IV. BÖLÜM

### 4. YÖNTEM

#### 4.1. Araştırmanın Amacı

Günümüzde teknolojinin gelişimi ile birlikte spor faaliyetlerinin bilgisayar temelli olacak şekilde de icra edilmeye başlandığı ve giderek büyüyen bir takipçi kitlesine ulaştığı görülmektedir. Kitlelerin elektronik ortamda yer alan sporlara olan yönelimlerini ve motivasyonlarının kaynağı hakkında bilgi sahibi olunması önemli sayılmaktadır. Futbol için geçerli olmak üzere var olan bir maç saati süre sınırı içerisinde izleyicileri heyecanlandıran ve anlık olarak beklenmedik sonuçlara gebe olduğundan izleyicilerin vücudunda sürekli adrenalin salgılatan bir aktivite olarak da bilinmektedir. Araştırmamızda da incelenmesi yapılmış olan League of Legends (LOL) oyununda da 40 dakika içerisinde merkezde yer alan kulenin takım tarafından imha edilmesi amaçlanmaktadır. Yine elektronik ortamda oynanan FIFA Online oyunu da fiziki futbol ile benzer dinamikleri taşımaktadır (Karakuş, 2015). Buna göre bu çalışmada futbol ve eSpor izleyicilerinin veya bunları bir aktivite olarak yerine getiren bireylerin sahip oldukları motivasyonlar hakkında bilgi edinilmesi ve bu iki tür spora olan seyirci bakış açılarının ve izleyici motivasyon düzeylerinin farklılık gösterme durumlarının incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada ayrıca seyircilerin ister futbol ister eSpor branşlarının takipçisi olsunlar motivasyon unsurlarının ve düzeylerinin çeşitli özelliklere göre farklılaşma durumlarının tespit edilmesi amaç edinilmiştir.

#### 4.2. Araştırmanın Önemi

Türkiye literatüründe spor ve motivasyon ilişkisini inceleyen birçok çalışma bulunmasına karşın günümüzde çok geniş bir kitle tarafından oynanan eSporlarla ilgili araştırmalar sınırlıdır. Bu noktada yapılacak olan bu çalışmanın literatüre benzer araştırmalara bir kılavuz niteliğinde katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Bununla beraber, günümüzde eSpor ve Spor arasındaki rekabetin ve iki spor için de seyirci motivasyonlarını etkileyen unsurların benzerlik gösterdiğini söylemek mümkündür. Bu

bağlamda eSporda ve sporda seyircinin önemli bir rol oynadığını ifade etmek mümkündür. Özellikle gelişen teknoloji ile birlikte sayısı giderek artan eSpor seyircilerinin geleneksel spor seyircileri ile arasındaki motivasyon ilişkisinin anlaşılması yani eSpor ve Sporun seyirci motivasyonları açısından karşılaştırılması literatür adına önem arz etmektedir.

#### **4.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıklar**

Bu çalışma fiziki şartları temsilen fiziki futbol seyircilerini ve elektronik ortamda gerçekleştirilen FIFA Online ve LOL oyunları seyircilerini kapsamaktadır. Araştırmada belli coğrafi bölge kısıtı getirilmemiş olup, araştırma sonuçları araştırmaya katılan futbol, FIFA Online ve LOL seyircileri ile sınırlandırılmıştır. Araştırmaya katılım gösteren ve üç branştan özellikle birisi ile ilgilenen bireylerin anket ifadelerine samimi değerlendirmelerde bulunduğu varsayılmıştır.

#### **4.4. Araştırmanın Problem Cümleleri**

Araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanmış olan problem cümleleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin spora ilgileri branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin başarı hisleri branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin duymuş oldukları heyecan düzeyleri branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin algıladıkları sosyal fırsatlar branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin estetik algı düzeyleri branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin dramaya olan bakışları branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin İzlemiş oldukları branşlardaki

oyuncuları rol model olarak alma durumları branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin algıladıkları eğlence değeri düzeyleri branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin sağlıklı spor ortamı algıları branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin sporun aile ile bağ kurmaya olanak verdiğine dair inançları branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin bilgi edinme durumları branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin bilgi edinme durumları branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin sporcuları takdir etme düzeyleri branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin oyuncuların fiziksel çekiciliğine duyulan hayranlık düzeyleri branşa göre farklılaşmakta mıdır?

Araştırmaya katılan futbol ve eSpor seyircilerinin oyuncuların saldırgan / hırslı davranışlarından alınan haz branşa göre farklılaşmakta mıdır?

#### **4.5. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evrenini fiziki spor olan futbol ile eSpor olarak yaygınlaşmış olan League of Legends (LOL) ve FIFA Online'dan birisine yakın ilgi duyan, izleyicisi olan ve takip eden, 18 yaşından büyük bireyler oluşturmaktadır. Araştırmada örneklem miktarının belirlenmesi için Yolal (2016) ve pek çok araştırmanın benimsediği “örnekleme konusundaki hata oranını en alt düzeye indirmek adına 500’den az ve 30’dan fazla örneklem büyüklükleri geniş evren birimleri için yeterli seviyededir” ifadesi göz önünde bulundurulmuş ve örneklem hacminin alt limitinin belirlenmesi adına da Tablo 4.1’deki yaklaşım kullanılmıştır. (Karasar, 2005)

**Tablo 4.1:** Nicel Araştırma Yöntemlerinde Örneklem Büyüklüğü (Karasar, 2005).

| Evren büyüklüğü | Hesapların Örneklem Büyüklüğü                        |
|-----------------|------------------------------------------------------|
|                 | %95 güvenirlik düzeyi ve evrenin heterojen varsayımı |
| 100             | 80                                                   |
| 1 000           | 278                                                  |
| 10 000          | 370                                                  |
| 50 000          | 381                                                  |
| 100 000         | 383                                                  |
| 500 000         | 384                                                  |
| 1 000 000       | 384                                                  |
| 10 000 000      | 384                                                  |
| 100 000 000     | 384                                                  |

Bu durumda araştırmaya futbol, FIFA Online ve LOL branşlarından sadece birisine daha fazla ilgi duyan ve bu branşa yönelik seyirci faaliyetlerinde bulunan ve 18 yaşından büyük bireylerin dahil edilmesine karar verilmiş olup, üç branş için eşit sayıda olacak şekilde toplamda 450 kişiye ulaşılmıştır.

#### 4.6. Veri Toplama Aracı ve Yöntemi

Araştırma yöntemi olarak Genel Tarama Modeli temel alınarak Tekil Tarama (Kesitsel Araştırmalar) ve İlişkisel Tarama (Karşılaştırma Araştırmaları) methodları kullanılarak veriler anket yöntemi ile toplanmıştır. Araştırmada üç branştan birisinin yakın takipçisi olan bireylerin spor motivasyonlarının tespit edilebilmesi için, Pizzo ve ark. (2018) tarafından hazırlanan “Sporda Seyirci Motivasyonları Ölçeği” uzman görüşü alınarak Türkçe’ye uyarlanıp, güvenirlik çalışması gerçekleştirilmiştir. Veriler Online anket sitesinde hazırlanan form linkinin çeşitli sosyal medya platformlarında, forumlarda yayınlanmasının akabinde toplanmıştır. Araştırmacı tarafından hazırlanan anket formu 4 bölümden oluşmaktadır:

1-Demografik Özellikler

2-Sporcu ve Seyirci Olma İle İlgili Alışkanlıklar

3-Video Oyun Alışkanlıkları

4- Spor Seyirci Motifleri Ölçeği

**Demografik Özellikler** bölümünde katılımcıların cinsiyet, yaş, eğitim durumu, çalışma durumu ve aylık gelir durum ile ilgili bilgi edinilmesi için hazırlanmış toplamda 5 soru bulunmaktadır.

**Spor ve Seyirci Olma İle İlgili Alışkanlıklar** bölümünde katılımcıların spor yapma durumu, takipçisi oldukları branşları izleme süreleri, takip ettikleri branşların müsabakalarına oyuncu olarak katılma durumları, son 12 ay içerisinde takipçisi oldukları branşın müsabakalarına seyirci olarak katılma durumları hakkında bilgi sahibi olunması için toplamda 4 adet soru bulunmaktadır.

**Video Oyun Alışkanlıkları** bölümünde katılımcıların haftalık video oynama süresi ve video oyun oynama durumu hakkında bilgi sahibi olunması için toplamda 2 adet soru bulunmaktadır.

**Spor Seyirci Motifleri Ölçeği**, Pizzo ve ark. (2018)'in “eSpor ve Spor: İzleyici Motiflerinin Karşılaştırılması (eSport vs. Sport: A Comparison of Spectator Motives)” isimli, geleneksel spor ve eSpor yarışmalarındaki seyirci motiflerinin karşılaştırılması amacıyla 517 katılımcının yer aldığı çalışmalarında kullanılmıştır. Ölçek 15 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte motivasyon motiflerinin her biri bir madde ile temsil edilmiştir. Araştırmada tüm seyirci motifleri ve oyuna katılım davranışı tek maddeli ölçümlerle değerlendirilmiştir. Tek maddeli tedbirlerin kullanılması önerilmemekle birlikte (Churchill, 1979), yaklaşımın da savunucuları bulunmaktadır (Rossiter, 2002). Tek maddeli tedbirler, özellikle çok sayıda yapı ölçüldüğünde ve katılımcılar uzun bir anketi tamamlamak için yorgun veya isteksiz hale geldiklerinde çok maddeli bir yaklaşımdan fayda sağlamaktadır (Kwon ve Trail, 2005). Çok maddeli ve tek maddeli ölçeklerin karşılaştırılabilir düzeyde güvenilirlik ve geçerlilik sunduğu bulunmuştur (Jordan ve Turner, 2008), bu da tek maddeli bir yaklaşımın etkili ve etkili olabileceğini düşündürmektedir. Ölçeğe ait ifadeler 7’li likert tipi ölçekle değerlendirilmiş olup, ölçekte ters kodlaması yapılmış olan madde yer almamaktadır. Ölçeğin geneli için Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı 0,943 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğe ait alt boyutlar (motifler) sırasıyla “Spora ilgi”, “Kısıtlı başarı”, “Heyecan”, “Oyuncuya ilgi”, “Estetik”, “Sosyal Fırsatlar”, “Drama”, “Rol model”, “Eğlence Değeri”, “Sağlıklı Çevre”, “Aile Bağları”, “Bilgi Edinme”, “Sporcuların Becerileri”, “Fiziksel Çekicilik”, “Saldırganlığın Keyfi” şeklindedir.

#### 4.7. Verilerin İstatistiksel Analizi

Araştırmada elde edilen verilerin analizinde IBM SPSS 20 istatistik programı

kullanılmıştır. Futbol, FIFA Online ve LOL branşlarının seyircilerinin demografik özelliklerine, sporcu ve seyirci olma ile ilgili alışkanlıklarına ve video oyun alışkanlıklarına ait dağılımlar yüzde ve frekans olarak gösterilmiştir. Araştırmada her branşta yer alan seyircilerin spor motivasyon ölçeğinde yer alan motivasyon motiflerinden aldıkları puanlar ortalama ve standart sapma ile belirtilmiştir.

Araştırmada üç branşın seyircilerinin motivasyon motiflerinin onların çeşitli özelliklerine göre farklılaşma durumlarının incelenmesinde bağımsız örneklemeler için t testi ve tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Üç ve üçten fazla gruba sahip değişkenler için yapılan tek yönlü varyans analizi sonucunda anlamlı çıkan değişkenler için farklılaşan grupların tespitinde post hoc testlerinden Tukey testi kullanılmıştır. Araştırmadaki verilerin analizinde %95 güven düzeyi dikkate alınmıştır.

## V. BÖLÜM

### 5. BULGULAR

#### 5.1. Katılımcıların Tanıtıcı Özelliklerinin Dağılımı

Araştırmaya katılım gösteren futbol, FIFA Online ve LOL seyircilerinin branşlarına göre demografik özellikleri dağılımı Tablo 5.1’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.1:** Katılımcıların Seyircisi ve Takipçisi Olduğu Branşlarına Göre Demografik Özelliklerinin Dağılımı

| Demografik Özellikler |               | Branşlar |             |       | Toplam |
|-----------------------|---------------|----------|-------------|-------|--------|
|                       |               | Futbol   | FIFA Online | LOL   |        |
| Cinsiyet              | Erkek         | 115      | 121         | 115   | 351    |
|                       | %             | 76,7%    | 80,7%       | 76,7% | 78,0%  |
|                       | Kadın         | 35       | 29          | 35    | 99     |
|                       | %             | 23,3%    | 19,3%       | 23,3% | 22,0%  |
|                       | Toplam        | 150      | 150         | 150   | 450    |
| Yaş                   | 18-25 yaş     | 48       | 66          | 63    | 177    |
|                       | %             | 32,0%    | 44,0%       | 42,0% | 39,3%  |
|                       | 25-33 yaş     | 53       | 72          | 87    | 212    |
|                       | %             | 35,3%    | 48,0%       | 58,0% | 47,1%  |
|                       | 34-42 yaş     | 49       | 12          | 0     | 61     |
|                       | %             | 32,7%    | 8,0%        | 0,0%  | 13,6%  |
|                       | Toplam        | 150      | 150         | 150   | 450    |
| Eğitim Durumu         | İlköğretim    | 30       | 43          | 41    | 114    |
|                       | %             | 20,0%    | 28,7%       | 27,3% | 25,3%  |
|                       | Lise          | 33       | 31          | 35    | 99     |
|                       | %             | 22,0%    | 20,7%       | 23,3% | 22,0%  |
|                       | Önlisans      | 30       | 26          | 22    | 78     |
|                       | %             | 20,0%    | 17,3%       | 14,7% | 17,3%  |
|                       | Lisans        | 29       | 16          | 28    | 73     |
|                       | %             | 19,3%    | 10,7%       | 18,7% | 16,2%  |
|                       | Yüksek Lisans | 14       | 22          | 13    | 49     |
|                       | %             | 9,3%     | 14,7%       | 8,7%  | 10,9%  |

|  |                |      |      |      |      |
|--|----------------|------|------|------|------|
|  | <b>Doktora</b> | 14   | 12   | 11   | 37   |
|  | <b>%</b>       | 9,3% | 8,0% | 7,3% | 8,2% |
|  | <b>Toplam</b>  | 150  | 150  | 150  | 450  |

**Tablo 5.1 (devamı):** Katılımcıların Seyircisi ve Takipçisi Olduğu Branşlarına Göre Demografik Özelliklerinin Dağılımı

| Demografik Özellikler |                        | Branşlar |             |       | Toplam |
|-----------------------|------------------------|----------|-------------|-------|--------|
|                       |                        | Futbol   | FIFA Online | LOL   |        |
| Çalışma Durumu        | <b>Evet</b>            | 99       | 86          | 65    | 250    |
|                       | <b>%</b>               | 66,0%    | 57,3%       | 43,3% | 55,6%  |
|                       | <b>Hayır</b>           | 51       | 64          | 85    | 200    |
|                       | <b>%</b>               | 34,0%    | 42,7%       | 56,7% | 44,4%  |
|                       | <b>Toplam</b>          | 150      | 150         | 150   | 450    |
| Gelir Durumu          | <b>0-1000 TL</b>       | 54       | 66          | 85    | 205    |
|                       | <b>%</b>               | 36,0%    | 44,0%       | 56,7% | 45,6%  |
|                       | <b>1001-2000 TL</b>    | 36       | 28          | 19    | 83     |
|                       | <b>%</b>               | 24,0%    | 18,7%       | 12,7% | 18,4%  |
|                       | <b>2001-3000 TL</b>    | 12       | 7           | 10    | 29     |
|                       | <b>%</b>               | 8,0%     | 4,7%        | 6,7%  | 6,4%   |
|                       | <b>3001-4000 TL</b>    | 11       | 5           | 10    | 26     |
|                       | <b>%</b>               | 7,3%     | 3,3%        | 6,7%  | 5,8%   |
|                       | <b>4001-5000 TL</b>    | 10       | 10          | 9     | 29     |
|                       | <b>%</b>               | 6,7%     | 6,7%        | 6,0%  | 6,4%   |
|                       | <b>5001-6000 TL</b>    | 6        | 10          | 5     | 21     |
|                       | <b>%</b>               | 4,0%     | 6,7%        | 3,3%  | 4,7%   |
|                       | <b>6001-7000 TL</b>    | 7        | 8           | 1     | 16     |
|                       | <b>%</b>               | 4,7%     | 5,3%        | ,7%   | 3,6%   |
|                       | <b>7001 TL ve üstü</b> | 14       | 16          | 11    | 41     |
|                       | <b>%</b>               | 9,3%     | 10,7%       | 7,3%  | 9,1%   |
|                       | <b>Toplam</b>          | 150      | 150         | 150   | 450    |

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %78,0'i erkek ve %22,0'si kadındır. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %76,7'si erkek, FIFA Online branşına ilgi duyanların %80,7'si ve LOL'e ilgi duyanların %76,7'si erkektir.

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %47,1'i 25-33 yaş arasında, %39,3'ü 18-25 yaş arasında ve %13,6'sı 34-42 yaş arasındadır. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %35,3'ü 25-33 yaş arasında, FIFA Online branşına ilgi duyanların %48,0'i 25-33 yaş arasında ve LOL'e ilgi duyanların %58,0'i 25-33 yaş arasındadır.

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %25,3'ü ilköğretim, %22,0'si lise, %17,3'ü önlisans, %16,2'si lisans, %10,9'u yüksek lisans ve %8,2'si doktora mezunudur. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların 22,0'si lise, FIFA Online branşına ilgi duyanların %28,7'si ilköğretim ve LOL'e ilgi duyanların %27,3'ü ilköğretim mezunudur.

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %55,6'sı faal olarak gelir getiren bir işte çalışmakta ve %44,4'ü gelir getiren bir işte çalışmamaktadır. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %66,0'sı çalışmakta, FIFA Online branşına ilgi duyanların %57,3'ü çalışmakta ve LOL'e ilgi duyanların %56,7'si çalışmamaktadır.

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %45,6'sının aylık geliri 1000 TL'nin altındadır. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %36,0'sının, FIFA Online branşına ilgi duyanların %44,0'ünün ve LOL'e ilgi duyanların %56,7'sinin aylık geliri 1000 TL'nin altındadır.

Araştırmaya katılım gösteren futbol, FIFA Online ve LOL seyircilerinin branşlarına göre sporcu ve seyirci olma ile ilgili alışkanlıklarına ait dağılım Tablo 5.2'de gösterilmiştir.

**Tablo 5.2:** Katılımcıların Seyircisi ve Takipçisi Olduğu Branşlarına Göre Sporcu Ve Seyirci Olma İle İlgili Alışkanlıklarının Dağılımı

| Sporcu ve Seyirci Olma ile İlgili Alışkanlıklar |                | Branşlar |             |       | Toplam |
|-------------------------------------------------|----------------|----------|-------------|-------|--------|
|                                                 |                | Futbol   | FIFA Online | LOL   |        |
| Spor Yapma Durumu                               | Evet           | 78       | 40          | 77    | 195    |
|                                                 | %              | 52,0%    | 26,7%       | 51,3% | 43,3%  |
|                                                 | Hayır          | 72       | 110         | 73    | 255    |
|                                                 | %              | 48,0%    | 73,3%       | 48,7% | 56,7%  |
|                                                 | Toplam         | 150      | 150         | 150   | 450    |
| Spor Müsabakası İzleme Durumu                   | Her Hafta      | 31       | 34          | 27    | 92     |
|                                                 | %              | 20,7%    | 22,7%       | 18,0% | 20,4%  |
|                                                 | İki Haftada    | 39       | 49          | 68    | 156    |
|                                                 | %              | 26,0%    | 32,7%       | 45,3% | 34,7%  |
|                                                 | Ayda Bir       | 32       | 37          | 38    | 107    |
|                                                 | %              | 21,3%    | 24,7%       | 25,3% | 23,8%  |
|                                                 | Yılda 1-2 defa | 41       | 27          | 15    | 83     |
|                                                 | %              | 27,3%    | 18,0%       | 10,0% | 18,4%  |
|                                                 | Hiç            | 7        | 3           | 2     | 12     |
|                                                 | %              | 4,7%     | 2,0%        | 1,3%  | 2,7%   |
|                                                 | Toplam         | 150      | 150         | 150   | 450    |

**Tablo 5.2 (devamı):** Katılımcıların Seyircisi ve Takipçisi Olduğu Branşlarına Göre Sporcu ve Seyirci Olma ile İlgili Alışkanlıklarının Dağılımı

| Sporcu ve Seyirci Olma ile İlgili Alışkanlıklar                      |                     | Branşlar |             |       | Toplam |
|----------------------------------------------------------------------|---------------------|----------|-------------|-------|--------|
|                                                                      |                     | Futbol   | FIFA Online | LOL   |        |
| Branşa Oyuncu Olarak Katılma Durumu                                  | <b>Evet</b>         | 30       | 5           | 25    | 60     |
|                                                                      | <b>%</b>            | 20,0%    | 3,3%        | 16,7% | 13,3%  |
|                                                                      | <b>Hayır</b>        | 120      | 145         | 125   | 390    |
|                                                                      | <b>%</b>            | 80,0%    | 96,7%       | 83,3% | 86,7%  |
|                                                                      | <b>Toplam</b>       | 150      | 150         | 150   | 450    |
| Son 12 Ay İçinde İlgili Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısı | <b>0 Defa</b>       | 10       | 3           | 9     | 22     |
|                                                                      | <b>%</b>            | 6,7%     | 2,0%        | 6,0%  | 4,9%   |
|                                                                      | <b>1-3 Defa</b>     | 36       | 38          | 18    | 92     |
|                                                                      | <b>%</b>            | 24,0%    | 25,3%       | 12,0% | 20,4%  |
|                                                                      | <b>4-6 Defa</b>     | 16       | 4           | 9     | 29     |
|                                                                      | <b>%</b>            | 10,7%    | 2,7%        | 6,0%  | 6,4%   |
|                                                                      | <b>7-9 Defa</b>     | 9        | 8           | 20    | 37     |
|                                                                      | <b>%</b>            | 6,0%     | 5,3%        | 13,3% | 8,2%   |
|                                                                      | <b>10-12 Defa</b>   | 20       | 6           | 23    | 49     |
|                                                                      | <b>%</b>            | 13,3%    | 4,0%        | 15,3% | 10,9%  |
|                                                                      | <b>13'ten Fazla</b> | 59       | 91          | 71    | 221    |
|                                                                      | <b>%</b>            | 39,3%    | 60,7%       | 47,3% | 49,1%  |
|                                                                      | <b>Toplam</b>       | 150      | 150         | 150   | 450    |

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %56,7'si spor yapmadıklarını ve %43,3'ü spor yaptıklarını belirtmişlerdir. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %52,0'si ve LOL'e ilgi duyanların %51,3'ü spor yapmakta iken, FIFA Online branşına ilgi duyanların %73,3'ü spor yapmamaktadırlar.

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %34,7'si takipçisi oldukları branşların müsabakalarını en az iki haftada bir izlediğini belirtmişlerdir. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %27,3'ünün futbol müsabakasını yılda 1-2 defa izlediği, FIFA Online branşına ilgi duyanların %32,7'sinin FIFA Online müsabakasını iki haftada bir izlediği ve LOL branşına ilgi duyanların %34,7'sinin LOL müsabakasını iki haftada bir izlediği belirlenmiştir.

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %86,7'sinin takip ettikleri branşın müsabakasına oyuncu olarak hiç katılmadığı belirlenmiştir. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %80,0'inin, FIFA Online branşına ilgi duyanların %96,7'sinin ve LOL'e ilgi duyanların %83,3'ünün takip ettikleri branşın müsabakasına oyuncu olarak hiç katılmadığı belirlenmiştir.

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %49,1'inin ilgi duydukları branşın müsabakasını son 12 ayda 13 defadan fazla seyirci olarak katılım gösterdikleri belirlenmiştir. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %39,3'ünün, FIFA Online branşına ilgi duyanların %60,7'sinin ve LOL branşına ilgi duyanların %47,3'ünün son 12 ayda 13 defadan fazla seyirci olarak katılım gösterdikleri belirlenmiştir.

Araştırmaya katılım gösteren futbol, FIFA Online ve LOL seyircilerinin branşlarına göre video oyun oynama alışkanlıklarına ait dağılım Tablo 5.3'te gösterilmiştir.

**Tablo 5.3:** Katılımcıların Seyircisi ve Takipçisi Olduğu Branşlarına Göre Video Oyun Oynama Alışkanlıklarının Dağılımı

| Video Oyun Oynama Alışkanlıkları |                  | Branşlar |             |       | Toplam |
|----------------------------------|------------------|----------|-------------|-------|--------|
|                                  |                  | Futbol   | FIFA Online | LOL   |        |
| Haftalık Video Oynama Saati      | 0 Saat           | 31       | 9           | 13    | 53     |
|                                  | %                | 20,7%    | 6,0%        | 8,7%  | 11,8%  |
|                                  | 1-3 saat         | 88       | 5           | 35    | 128    |
|                                  | %                | 58,7%    | 3,3%        | 23,3% | 28,4%  |
|                                  | 4-6 saat         | 28       | 19          | 31    | 78     |
|                                  | %                | 18,7%    | 12,7%       | 20,7% | 17,3%  |
|                                  | 7-9 saat         | 3        | 49          | 27    | 79     |
|                                  | %                | 2,0%     | 32,7%       | 18,0% | 17,6%  |
|                                  | 10-12 saat       | 0        | 33          | 20    | 53     |
|                                  | %                | 0,0%     | 22,0%       | 13,3% | 11,8%  |
|                                  | 13 saatten fazla | 0        | 35          | 24    | 59     |
|                                  | %                | 0,0%     | 23,3%       | 16,0% | 13,1%  |
|                                  | <b>Toplam</b>    | 150      | 150         | 150   | 450    |
| Video Oyun Oynama Süresi (Ay)    | 0 saat           | 29       | 4           | 1     | 34     |
|                                  | %                | 19,3%    | 2,7%        | 0,7%  | 7,6%   |
|                                  | 1-6 saat         | 17       | 6           | 15    | 38     |
|                                  | %                | 11,3%    | 4,0%        | 10,0% | 8,4%   |
|                                  | 6-12 saat        | 14       | 5           | 19    | 38     |
|                                  | %                | 9,3%     | 3,3%        | 12,7% | 8,4%   |
|                                  | 12-24 ay         | 39       | 39          | 41    | 119    |
|                                  | %                | 26,0%    | 26,0%       | 27,3% | 26,4%  |
|                                  | 24-48 ay         | 51       | 36          | 35    | 122    |
|                                  | %                | 34,0%    | 24,0%       | 23,3% | 27,1%  |
|                                  | 48-60 ay         | 0        | 31          | 20    | 51     |
|                                  | %                | 0,0%     | 20,7%       | 13,3% | 11,3%  |
|                                  | 60 ay ve daha    | 0        | 29          | 19    | 48     |
|                                  | %                | 0,0%     | 19,3%       | 12,7% | 10,7%  |
|                                  | <b>Toplam</b>    | 150      | 150         | 150   | 450    |

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %28,4'ünün haftada 1-3 saat arasında video oyun oynadığı belirlenmiştir. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %58,7'sinin ve LOL branşına ilgi duyanların %23,3'ünün haftada 1-3 saat arasında ve FIFA Online branşına ilgi duyanların %32,7'sinin haftada 7-9 saat arasında video oyun oynadıkları tespit edilmiştir. Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %27,1'inin 24-48 aydan bu yana video oyun oynadıkları belirlenmiştir. Ayrıca futbol branşına ilgi duyanların %34,0'ünün 24-48 aydan bu yana video oyun oynadıkları, FIFA Online branşına ilgi duyanların %26,0'sının ve LOL branşına ilgi duyanların %27,3'ünün 12-24 aydan bu yana video oyun oynadıkları tespit edilmiştir.

## 5.2. Katılımcıların Branşlarına Göre Spor Seyirci Motifleri Ölçeği Alt Boyutlarından Aldıkları Puanların Dağılımı

Katılımcıların Spor Seyirci Motifleri Ölçeği Alt Boyutlarından almış oldukları puanların branşlara göre ortalama, standart sapma değerleri Tablo 5.4'te gösterilmiştir.

**Tablo 5.4:** Katılımcıların Spor Seyirci Motifleri Ölçeği Alt Boyutlarından Almış Oldukları Puanların Branşlara Göre Ortalama, Standart Sapma Değerleri

| Alt Boyutlar              | Branşlar  |      |             |      |           |      | Toplam    |      |
|---------------------------|-----------|------|-------------|------|-----------|------|-----------|------|
|                           | Futbol    |      | FIFA Online |      | LOL       |      |           |      |
|                           | $\bar{X}$ | ss   | $\bar{X}$   | ss   | $\bar{X}$ | ss   | $\bar{X}$ | ss   |
| 1.Spora İlgi              | 5,41      | 1,61 | 5,13        | 1,65 | 5,01      | 1,62 | 5,18      | 1,63 |
| 2.Kısıtlı başarı          | 4,81      | 1,64 | 4,69        | 1,61 | 4,58      | 1,45 | 4,70      | 1,57 |
| 3.Heyecan                 | 4,93      | 1,99 | 4,72        | 1,55 | 4,72      | 1,41 | 4,79      | 1,67 |
| 4.Oyuncuya ilgi           | 5,06      | 2,34 | 4,69        | 1,78 | 4,75      | 1,43 | 4,84      | 1,89 |
| 5.Estetik                 | 5,45      | 1,29 | 5,63        | 1,85 | 5,70      | 1,38 | 5,60      | 1,53 |
| 6.Sosyal Fırsatlar        | 4,73      | 2,15 | 5,41        | 1,81 | 5,52      | 1,22 | 5,22      | 1,80 |
| 7.Drama                   | 5,21      | 1,73 | 5,21        | 1,74 | 5,32      | 1,42 | 5,25      | 1,63 |
| 8.Rol Model               | 5,15      | 1,74 | 4,67        | 1,72 | 4,65      | 1,50 | 4,83      | 1,67 |
| 9.Eğlence Değeri          | 5,21      | 1,64 | 4,87        | 1,71 | 4,77      | 1,65 | 4,95      | 1,68 |
| 10.Sağlıklı Çevre         | 5,83      | 1,01 | 5,70        | 1,41 | 5,73      | 1,48 | 5,75      | 1,32 |
| 11.Aile Bağları           | 5,33      | 1,80 | 5,03        | 1,71 | 4,99      | 1,41 | 5,12      | 1,65 |
| 12.Bilgi Edinme           | 5,03      | 1,88 | 4,98        | 1,72 | 5,75      | 1,36 | 5,25      | 1,70 |
| 13.Sporcuların becerileri | 5,09      | 1,83 | 5,09        | 1,62 | 5,12      | 1,43 | 5,10      | 1,63 |
| 14.Fiziksel Çekiciliği    | 5,23      | 1,65 | 4,77        | 1,79 | 4,71      | 1,65 | 4,90      | 1,71 |
| 15.Saldırganlığın Keyfi   | 5,21      | 1,84 | 5,19        | 1,58 | 5,19      | 1,46 | 5,20      | 1,63 |

Araştırmaya katılım gösteren ve fiziki spor ve eSpor branşlarına ilgi duyan bireylerin genel ortalamalarının en yüksek olduğu motivasyon motifinin “sağlıklı çevre”

( $\bar{X}=5,75$ ;  $ss=1,32$ ) olduğu, en düşük ortalamaya sahip motivasyon motifinin de “kısıtlı çevre” motifi olduğu ( $\bar{X}=4,70$ ;  $ss=1,57$ ) tespit edilmiştir.

Ayrıca futbol branşına ilgi duyan bireylerin en yüksek ortalamaya sahip olan motivasyon motifinin “estetik” motifi olduğu ( $\bar{X}=5,45$ ;  $ss=1,29$ ); FIFA Online branşı takipçilerinin en büyük motivasyon motifinin “estetik” motifi olduğu ( $\bar{X}=5,63$ ;  $ss=1,85$ ); LOL branşı takipçilerinin en büyük motivasyon motifinin ise “bilgi edinme” motifi olduğu ( $\bar{X}=5,75$ ;  $ss=1,36$ ) belirlenmiştir. Ayrıca futbol branşı takipçilerinin en düşük ortalamaya sahip motivasyon motifinin “sosyal fırsatlar” motifi olduğu ( $\bar{X}=4,73$ ;  $ss=2,15$ ); FIFA Online branşı takipçilerinin en düşük ortalamaya sahip motivasyon motifinin “rol model” motifi olduğu ( $\bar{X}=4,67$ ;  $ss=1,72$ ); LOL branşı takipçilerinin en düşük motivasyon motifinin ise “kısıtlı başarı” motifi olduğu ( $\bar{X}=4,58$ ;  $ss=1,45$ ) belirlenmiştir.

### 5.3. Katılımcıların Seyircisi Olduğu Branşlara Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

Katılımcıların seyircisi ve takipçisi olduğu branşlara göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.5’te gösterilmiştir.

**Tablo 5.5:** Katılımcıların Seyircisi Olduğu Branşlara Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

| Alt Boyutlar   | Branş                      | N   | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|----------------------------|-----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora İlgi     | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 5,41      | 1,61 | 2,459 | 0,087 |      |
|                | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 5,13      | 1,65 |       |       |      |
|                | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 5,01      | 1,62 |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 4,81      | 1,64 | 0,830 | 0,437 |      |
|                | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 4,69      | 1,61 |       |       |      |
|                | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 4,58      | 1,45 |       |       |      |
| Heyecan        | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 4,93      | 1,99 | 0,767 | 0,465 |      |
|                | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 4,72      | 1,55 |       |       |      |
|                | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 4,72      | 1,41 |       |       |      |
| Oyuncuya ilgi  | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 5,06      | 2,34 | 1,627 | 0,198 |      |
|                | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 4,69      | 1,78 |       |       |      |
|                | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 4,75      | 1,43 |       |       |      |

**Tablo 5.5 (devamı):** Katılımcıların Seyircisi Olduğu Branşlara Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

| Alt Boyutlar           | Branş                      | N   | $\bar{X}$ | ss   | F     | p            | Fark       |
|------------------------|----------------------------|-----|-----------|------|-------|--------------|------------|
| Estetik                | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 5,45      | 1,29 | 1,048 | 0,351        |            |
|                        | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 5,63      | 1,85 |       |              |            |
|                        | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 5,70      | 1,38 |       |              |            |
| Sosyal Fırsatlar       | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 4,73      | 2,15 | 8,893 | <b>0,000</b> | 1-2<br>1-3 |
|                        | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 5,41      | 1,81 |       |              |            |
|                        | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 5,52      | 1,22 |       |              |            |
| Drama                  | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 5,21      | 1,73 | 0,227 | 0,797        |            |
|                        | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 5,21      | 1,74 |       |              |            |
|                        | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 5,32      | 1,42 |       |              |            |
| Rol Model              | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 5,15      | 1,74 | 4,388 | <b>0,013</b> | 1-2<br>1-3 |
|                        | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 4,67      | 1,72 |       |              |            |
|                        | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 4,65      | 1,50 |       |              |            |
| Eğlence Değeri         | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 5,21      | 1,64 | 2,803 | 0,062        |            |
|                        | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 4,87      | 1,71 |       |              |            |
|                        | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 4,77      | 1,65 |       |              |            |
| Sağlıklı Çevre         | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 5,83      | 1,01 | 0,385 | 0,681        |            |
|                        | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 5,70      | 1,41 |       |              |            |
|                        | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 5,73      | 1,48 |       |              |            |
| Aile Bağları           | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 5,33      | 1,80 | 1,985 | 0,139        |            |
|                        | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 5,03      | 1,71 |       |              |            |
|                        | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 4,99      | 1,41 |       |              |            |
| Bilgi Edinme           | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 5,03      | 1,88 | 9,979 | <b>0,000</b> | 2-1<br>2-3 |
|                        | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 4,98      | 1,72 |       |              |            |
|                        | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 5,75      | 1,36 |       |              |            |
| Sporcuların becerileri | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 5,09      | 1,83 | 0,017 | 0,983        |            |
|                        | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 5,09      | 1,62 |       |              |            |
|                        | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 5,12      | 1,43 |       |              |            |
| Fiziksel Çekiciliği    | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 5,23      | 1,65 | 4,156 | <b>0,016</b> | 1-3        |
|                        | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 4,77      | 1,79 |       |              |            |
|                        | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 4,71      | 1,65 |       |              |            |
| Saldırganlığın Keyfi   | Futbol <sup>(1)</sup>      | 150 | 5,21      | 1,84 | 0,006 | 0,994        |            |
|                        | FIFA Online <sup>(2)</sup> | 150 | 5,19      | 1,58 |       |              |            |
|                        | LOL <sup>(3)</sup>         | 150 | 5,19      | 1,46 |       |              |            |

Futbol, FIFA Online ve LOL branşlarından birisine ilgi duyan katılımcıların branşlarına göre seyirci motivasyon düzeylerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda “sosyal fırsatlar”, “rol model”, “bilgi edinme” ve “fiziksel çekicilik”

motiflerinde istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ). Buna göre futbol branşı seyircisinin ( $\bar{X}=4,73$ ) sosyal fırsatlar motivasyon motifi düzeyleri FIFA Online ( $\bar{X}=5,41$ ) ve LOL ( $\bar{X}=5,52$ ) branşları seyircisinden daha düşük; futbol branşı seyircisinin ( $\bar{X}=5,15$ ) rol model motivasyon motifi düzeyleri FIFA Online ( $\bar{X}=4,67$ ) ve LOL ( $\bar{X}=4,65$ ) branşları seyircisinden daha yüksek; FIFA Online branşı seyircilerinin ( $\bar{X}=4,98$ ) bilgi edinme motivasyon motifi düzeyleri futbol ( $\bar{X}=5,03$ ) ve LOL ( $\bar{X}=5,75$ ) branşları seyircilerinden daha düşük; futbol branşı seyircisinin ( $\bar{X}=5,23$ ) fiziksel çekicilik motivasyon motifi düzeyleri FIFA Online ( $\bar{X}=4,77$ ) ve LOL ( $\bar{X}=4,71$ ) branşları seyircisinden daha yüksek bulunmuştur.

#### 5.4. Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Tanıtıcı Özelliklerine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

##### 5.4.1. Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

Futbol branşının seyircisi olan katılımcıların cinsiyete göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t-testi sonuçları Tablo 5.6’da gösterilmiştir.

**Tablo 5.6:** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Cinsiyete Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Cinsiyet | N   | $\bar{X}$ | ss   | t      | p     |
|------------------|----------|-----|-----------|------|--------|-------|
| Spora İlgi       | Erkek    | 115 | 5,38      | 1,64 | -0,422 | 0,673 |
|                  | Kadın    | 35  | 5,51      | 1,54 |        |       |
| Kısıtlı Başarı   | Erkek    | 115 | 4,88      | 1,68 | 0,878  | 0,381 |
|                  | Kadın    | 35  | 4,60      | 1,52 |        |       |
| Heyacan          | Erkek    | 115 | 4,83      | 2,01 | -1,123 | 0,263 |
|                  | Kadın    | 35  | 5,26      | 1,93 |        |       |
| Oyuncuya İlgi    | Erkek    | 115 | 5,04      | 2,39 | -0,156 | 0,876 |
|                  | Kadın    | 35  | 5,11      | 2,22 |        |       |
| Estetik          | Erkek    | 115 | 5,46      | 1,31 | 0,129  | 0,898 |
|                  | Kadın    | 35  | 5,43      | 1,24 |        |       |
| Sosyal Fırsatlar | Erkek    | 115 | 4,62      | 2,16 | -1,130 | 0,260 |
|                  | Kadın    | 35  | 5,09      | 2,09 |        |       |
| Drama            | Erkek    | 115 | 5,21      | 1,72 | 0,026  | 0,979 |
|                  | Kadın    | 35  | 5,20      | 1,80 |        |       |

**Tablo 5.6 (devamı): Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Cinsiyete Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar           | Cinsiyet | N   | $\bar{X}$ | ss   | t      | p     |
|------------------------|----------|-----|-----------|------|--------|-------|
| Rol Model              | Erkek    | 115 | 5,14      | 1,73 | -0,181 | 0,857 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,20      | 1,80 |        |       |
| Eğlence Değeri         | Erkek    | 115 | 5,13      | 1,68 | -1,030 | 0,305 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,46      | 1,50 |        |       |
| Sağlıklı Çevre         | Erkek    | 115 | 5,80      | 1,03 | -0,582 | 0,561 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,91      | 0,98 |        |       |
| Aile Bağları           | Erkek    | 115 | 5,30      | 1,86 | -0,356 | 0,722 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,43      | 1,63 |        |       |
| Bilgi Edinme           | Erkek    | 115 | 5,07      | 1,83 | 0,505  | 0,615 |
|                        | Kadın    | 35  | 4,89      | 2,07 |        |       |
| Sporcuların Becerileri | Erkek    | 115 | 5,08      | 1,88 | -0,102 | 0,919 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,11      | 1,68 |        |       |
| Fiziksel Çekiciliği    | Erkek    | 115 | 5,23      | 1,63 | 0,109  | 0,914 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,20      | 1,73 |        |       |
| Saldırganlığın Keyfi   | Erkek    | 115 | 5,18      | 1,89 | -0,290 | 0,772 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,29      | 1,67 |        |       |

Araştırmaya futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin cinsiyete göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

Futbol branşının seyircisi olan katılımcıların yaşa göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.7’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.7: Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Yaşa Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar   | Yaş                      | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p            | Fark       |
|----------------|--------------------------|----|-----------|------|-------|--------------|------------|
| Spora İlgi     | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 5,17      | 1,85 | 0,835 | 0,436        |            |
|                | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,51      | 1,60 |       |              |            |
|                | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,55      | 1,35 |       |              |            |
| Kısıtlı başarı | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 4,13      | 1,57 | 8,232 | <b>0,000</b> | 1-2<br>1-3 |
|                | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 4,89      | 1,55 |       |              |            |
|                | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,41      | 1,58 |       |              |            |
| Heyecan        | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 4,06      | 2,13 | 7,209 | <b>0,001</b> | 1-2<br>1-3 |
|                | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,34      | 1,92 |       |              |            |
|                | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,33      | 1,66 |       |              |            |

**Tablo 5.7 (devamı):** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Yaşa Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Yaş                      | N  | $\bar{X}$ | ss   | F      | p            | Fark |
|------------------------|--------------------------|----|-----------|------|--------|--------------|------|
| Oyuncuya ilgi          | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 3,94      | 2,47 | 9,190  | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,45      | 2,19 |        |              | 1-3  |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,73      | 2,00 |        |              |      |
| Estetik                | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 5,10      | 1,43 | 3,120  | <b>0,047</b> | 1-2  |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,74      | 1,08 |        |              | 1-3  |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,49      | 1,31 |        |              |      |
| Sosyal Fırsatlar       | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 3,88      | 2,16 | 6,594  | <b>0,002</b> | 1-2  |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 4,91      | 2,07 |        |              | 1-3  |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,37      | 1,99 |        |              |      |
| Drama                  | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 4,35      | 1,90 | 9,764  | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,51      | 1,56 |        |              | 1-3  |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,71      | 1,43 |        |              |      |
| Rol Model              | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 4,35      | 1,84 | 8,356  | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,43      | 1,59 |        |              | 1-3  |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,63      | 1,55 |        |              |      |
| Eğlence Değeri         | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 4,54      | 1,77 | 7,300  | <b>0,001</b> | 1-2  |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,74      | 1,26 |        |              | 1-3  |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,29      | 1,68 |        |              |      |
| Sağlıklı Çevre         | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 6,06      | 1,04 | 2,003  | 0,139        |      |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,68      | 0,96 |        |              |      |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,76      | 1,03 |        |              |      |
| Aile Bağları           | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 4,75      | 2,08 | 4,100  | <b>0,019</b> | 1-2  |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,49      | 1,68 |        |              | 1-3  |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,73      | 1,50 |        |              |      |
| Bilgi Edinme           | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 4,06      | 2,07 | 10,479 | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,53      | 1,64 |        |              | 1-3  |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,43      | 1,59 |        |              |      |
| Sporcuların becerileri | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 4,48      | 1,83 | 4,353  | <b>0,015</b> | 1-2  |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,25      | 1,93 |        |              | 1-3  |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,51      | 1,57 |        |              |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 4,56      | 1,76 | 6,582  | <b>0,002</b> | 1-2  |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,40      | 1,52 |        |              | 1-3  |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,69      | 1,49 |        |              |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 48 | 4,48      | 2,01 | 5,967  | <b>0,003</b> | 1-2  |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 53 | 5,49      | 1,66 |        |              | 1-3  |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 49 | 5,61      | 1,66 |        |              |      |

Araştırmaya futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin yaşa göre farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda seyircilerden 25-33 yaş ve 34-42 yaş arasında olanların “kısıtlı başarı”, “heyecan”, “oyuncuya ilgi”, “estetik”, “sosyal fırsatlar”, “drama”, “rol model”, “eğlence yeri”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “sporcuların becerileri”, “fiziksel çekicilik”, “saldırganlığın keyfi” motifleri motivasyon düzeylerinin 18-25 yaş arasındaki seyircilerden daha düşük ve %95 güven düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).

Futbol branşının seyircisi olan katılımcıların eğitim durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.8’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.8:** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Eğitim Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora İlgi     | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 5,33      | 1,88 | 1,494 | 0,195 |      |
|                | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 5,45      | 1,60 |       |       |      |
|                | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 4,90      | 1,97 |       |       |      |
|                | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,66      | 0,81 |       |       |      |
|                | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,29      | 1,59 |       |       |      |
|                | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 6,21      | 1,19 |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 4,43      | 1,52 | 2,939 | 0,055 |      |
|                | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 4,67      | 1,76 |       |       |      |
|                | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 4,23      | 1,76 |       |       |      |
|                | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,24      | 1,27 |       |       |      |
|                | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,43      | 1,74 |       |       |      |
|                | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 5,71      | 1,33 |       |       |      |
| Heyecan        | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 4,83      | 2,29 | 1,970 | 0,086 |      |
|                | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 4,39      | 1,97 |       |       |      |
|                | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 4,53      | 2,18 |       |       |      |
|                | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,55      | 1,40 |       |       |      |
|                | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,00      | 2,00 |       |       |      |
|                | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 5,86      | 1,56 |       |       |      |
| Oyuncuya ilgi  | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 4,67      | 2,52 | 2,367 | 0,062 |      |
|                | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 4,79      | 2,37 |       |       |      |
|                | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 4,37      | 2,46 |       |       |      |
|                | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,93      | 1,85 |       |       |      |
|                | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,07      | 2,59 |       |       |      |
|                | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 6,21      | 1,63 |       |       |      |

**Tablo 5.8 (devamı): Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar     | Eğitim Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------|------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Estetik          | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 5,43      | 1,36 | 1,774 | 0,122 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 5,27      | 1,53 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 5,03      | 1,16 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,66      | 1,23 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,79      | 1,05 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 6,07      | 0,92 |       |       |      |
| Sosyal Fırsatlar | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 4,57      | 2,13 | 2,092 | 0,070 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 4,36      | 2,30 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 4,17      | 2,25 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,21      | 1,80 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 4,79      | 2,29 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 6,07      | 1,64 |       |       |      |
| Drama            | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 4,40      | 2,03 | 2,098 | 0,061 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 5,21      | 1,80 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 5,07      | 1,70 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,93      | 1,25 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,00      | 1,66 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 5,93      | 1,14 |       |       |      |
| Rol Model        | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 4,90      | 1,67 | 2,290 | 0,059 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 4,64      | 1,80 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 4,90      | 1,95 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,59      | 1,55 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,64      | 1,65 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 6,07      | 1,27 |       |       |      |
| Eğlence Değeri   | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 4,93      | 1,87 | 1,310 | 0,263 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 4,91      | 1,61 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 5,07      | 1,82 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,66      | 1,17 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,21      | 1,85 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 5,86      | 1,29 |       |       |      |
| Sağlıklı Çevre   | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 5,97      | 1,07 | 0,395 | 0,852 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 5,85      | 1,00 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 5,80      | 1,13 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,66      | 1,01 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,71      | 0,99 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 6,00      | 0,78 |       |       |      |

**Tablo 5.8 (devamı): Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar           | Eğitim Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------------|------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Aile Bağları           | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 4,90      | 2,16 | 1,260 | 0,285 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 5,03      | 1,99 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 5,33      | 1,54 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,76      | 1,48 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,43      | 2,06 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 6,00      | 1,11 |       |       |      |
| Bilgi Edinme           | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 4,70      | 1,99 | 2,570 | 0,079 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 4,73      | 1,81 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 4,47      | 2,24 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,66      | 1,56 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,29      | 1,73 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 6,07      | 1,00 |       |       |      |
| Sporcuların becerileri | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 5,07      | 1,80 | 1,700 | 0,138 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 4,85      | 1,64 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 4,53      | 2,24 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,62      | 1,70 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,00      | 1,88 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 5,86      | 1,17 |       |       |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 5,23      | 1,68 | 3,889 | 0,082 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 4,91      | 1,79 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 4,40      | 1,61 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,86      | 1,30 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,50      | 1,61 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 6,14      | 1,17 |       |       |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 30 | 4,90      | 1,77 | 2,109 | 0,068 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 33 | 4,91      | 1,83 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 30 | 4,73      | 2,23 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 29 | 5,93      | 1,44 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 14 | 5,43      | 2,06 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 14 | 5,86      | 1,03 |       |       |      |

Araştırmaya futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin eğitim durumuna göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

Futbol branşının seyircisi olan katılımcıların çalışma durumuna göre spor seyircisi

motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t-testi sonuçları Tablo 5.9’da gösterilmiştir.

**Tablo 5.9:** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Çalışma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Çalışma Durumu | N  | $\bar{X}$ | ss   | t      | p            |
|------------------------|----------------|----|-----------|------|--------|--------------|
| Spora İlgi             | Evet           | 99 | 5,65      | 1,49 | 2,514  | <b>0,013</b> |
|                        | Hayır          | 51 | 4,96      | 1,75 |        |              |
| Kısıtlı Başarı         | Evet           | 99 | 5,17      | 1,54 | 3,903  | <b>0,000</b> |
|                        | Hayır          | 51 | 4,12      | 1,62 |        |              |
| Heyacan                | Evet           | 99 | 5,17      | 1,82 | 2,126  | <b>0,035</b> |
|                        | Hayır          | 51 | 4,45      | 2,23 |        |              |
| Oyuncuya İlgi          | Evet           | 99 | 5,39      | 2,21 | 2,473  | <b>0,015</b> |
|                        | Hayır          | 51 | 4,41      | 2,48 |        |              |
| Estetik                | Evet           | 99 | 5,53      | 1,30 | 0,949  | 0,344        |
|                        | Hayır          | 51 | 5,31      | 1,27 |        |              |
| Sosyal Fırsatlar       | Evet           | 99 | 4,93      | 2,02 | 1,618  | 0,108        |
|                        | Hayır          | 51 | 4,33      | 2,35 |        |              |
| Drama                  | Evet           | 99 | 5,44      | 1,65 | 2,380  | <b>0,019</b> |
|                        | Hayır          | 51 | 4,75      | 1,81 |        |              |
| Rol Model              | Evet           | 99 | 5,39      | 1,63 | 2,396  | <b>0,018</b> |
|                        | Hayır          | 51 | 4,69      | 1,86 |        |              |
| Eğlence Değeri         | Evet           | 99 | 5,34      | 1,66 | 1,425  | 0,156        |
|                        | Hayır          | 51 | 4,94      | 1,59 |        |              |
| Sağlıklı Çevre         | Evet           | 99 | 5,82      | 1,01 | -0,142 | 0,887        |
|                        | Hayır          | 51 | 5,84      | 1,03 |        |              |
| Aile Bağları           | Evet           | 99 | 5,62      | 1,63 | 2,737  | <b>0,007</b> |
|                        | Hayır          | 51 | 4,78      | 2,00 |        |              |
| Bilgi Edinme           | Evet           | 99 | 5,29      | 1,71 | 2,454  | <b>0,015</b> |
|                        | Hayır          | 51 | 4,51      | 2,10 |        |              |
| Sporcuların Becerileri | Evet           | 99 | 5,34      | 1,64 | 2,436  | <b>0,016</b> |
|                        | Hayır          | 51 | 4,59      | 2,08 |        |              |
| Fiziksel Çekiciliği    | Evet           | 99 | 5,40      | 1,50 | 1,848  | 0,067        |
|                        | Hayır          | 51 | 4,88      | 1,88 |        |              |
| Saldırganlığın Keyfi   | Evet           | 99 | 5,41      | 1,76 | 1,946  | 0,054        |
|                        | Hayır          | 51 | 4,80      | 1,94 |        |              |

Araştırmaya futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin çalışma durumuna göre farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda seyircilerden aktif olarak çalışıyor olanların “spora ilgi”, “kısıtlı başarı”,

“heyecan” ,”oyuncuya ilgi”, “drama”, “rol model”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “sporcuların becerileri” motifleri motivasyon düzeylerinin çalışmayan seyircilerden daha yüksek ve %95 güven düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).

Futbol branşının seyircisi olan katılımcıların gelir durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.10’da gösterilmiştir.

**Tablo 5.10:** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Gelir Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|-----------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora ilgi     | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,98      | 1,79 | 1,751 | 0,127 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,92      | 1,32 |       |       |      |
|                | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 5,67      | 1,37 |       |       |      |
|                | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 5,82      | 1,08 |       |       |      |
|                | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 5,30      | 1,89 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 5,33      | 1,03 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 5,00      | 2,08 |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 5,57      | 1,70 |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,19      | 1,69 | 2,369 | 0,053 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,06      | 1,53 |       |       |      |
|                | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 5,25      | 1,60 |       |       |      |
|                | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 4,82      | 1,54 |       |       |      |
|                | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 5,40      | 1,35 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 6,00      | 1,26 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 5,14      | 1,86 |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 5,14      | 1,51 |       |       |      |
| Heyecan        | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,43      | 2,25 | 1,554 | 0,178 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,39      | 1,86 |       |       |      |
|                | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 5,67      | 1,83 |       |       |      |
|                | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 5,18      | 1,72 |       |       |      |
|                | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 4,80      | 1,81 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 5,33      | 0,82 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 3,71      | 1,89 |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 5,36      | 1,74 |       |       |      |
| Oyuncuya ilgi  | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,43      | 2,49 | 2,284 | 0,051 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,33      | 2,29 |       |       |      |
|                | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 5,92      | 2,15 |       |       |      |
|                | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 4,82      | 2,23 |       |       |      |
|                | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 5,00      | 2,16 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 6,50      | 1,22 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 3,57      | 2,37 |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 6,43      | 1,60 |       |       |      |

**Tablo 5.10 (devamı): Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar     | Gelir Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------|-----------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Estetik          | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 5,39      | 1,28 | 1,792 | 0,119 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,64      | 1,36 |       |       |      |
|                  | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 5,58      | 1,00 |       |       |      |
|                  | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 4,64      | 1,29 |       |       |      |
|                  | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 5,00      | 0,82 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 6,67      | 0,82 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 4,71      | 1,38 |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 5,93      | 1,33 |       |       |      |
| Sosyal Fırsatlar | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,31      | 2,31 | 1,089 | 0,370 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,00      | 1,91 |       |       |      |
|                  | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 5,33      | 2,02 |       |       |      |
|                  | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 4,82      | 2,23 |       |       |      |
|                  | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 4,50      | 2,55 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 5,50      | 1,52 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 3,43      | 2,30 |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 5,50      | 1,79 |       |       |      |
| Drama            | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,72      | 1,85 | 2,257 | 0,052 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,42      | 1,71 |       |       |      |
|                  | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 5,25      | 1,76 |       |       |      |
|                  | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 5,09      | 1,81 |       |       |      |
|                  | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 5,90      | 1,45 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 6,00      | 0,89 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 4,29      | 1,38 |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 6,21      | 1,19 |       |       |      |
| Rol Model        | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,69      | 1,87 | 2,036 | 0,078 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,33      | 1,43 |       |       |      |
|                  | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 5,58      | 1,51 |       |       |      |
|                  | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 4,82      | 2,18 |       |       |      |
|                  | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 5,90      | 1,73 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 6,17      | 1,17 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 4,29      | 2,29 |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 5,86      | 1,10 |       |       |      |
| Eğlence Değeri   | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,83      | 1,62 | 1,564 | 0,175 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,50      | 1,76 |       |       |      |
|                  | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 6,08      | 1,44 |       |       |      |
|                  | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 5,00      | 1,55 |       |       |      |
|                  | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 5,10      | 1,85 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 6,33      | 0,82 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 4,29      | 1,70 |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 5,36      | 1,28 |       |       |      |
| Sağlıklı Çevre   | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 5,81      | 1,01 | 0,081 | 0,995 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,83      | 1,03 |       |       |      |
|                  | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 5,75      | 1,06 |       |       |      |
|                  | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 6,00      | 1,10 |       |       |      |

**Tablo 5.10 (devamı): Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar           | Gelir Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------------|-----------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
|                        | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 5,80      | 1,23 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 5,17      | 0,75 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 6,29      | 1,11 |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 5,86      | 0,86 |       |       |      |
| Aile Bağları           | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,74      | 2,04 | 2,872 | 0,067 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,42      | 1,81 |       |       |      |
|                        | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 6,50      | 0,67 |       |       |      |
|                        | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 5,55      | 1,57 |       |       |      |
|                        | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 5,50      | 1,90 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 6,00      | 0,63 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 4,71      | 1,60 |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 6,14      | 1,17 |       |       |      |
| Bilgi Edinme           | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,54      | 2,08 | 1,499 | 0,195 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,19      | 1,79 |       |       |      |
|                        | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 5,67      | 1,83 |       |       |      |
|                        | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 5,45      | 1,86 |       |       |      |
|                        | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 5,30      | 1,77 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 5,50      | 1,38 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 4,14      | 1,57 |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 5,64      | 1,50 |       |       |      |
| Sporcuların becerileri | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,69      | 2,09 | 2,619 | 0,057 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,08      | 1,52 |       |       |      |
|                        | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 6,08      | 1,24 |       |       |      |
|                        | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 5,27      | 1,62 |       |       |      |
|                        | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 4,50      | 2,42 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 6,17      | 0,75 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 3,86      | 1,46 |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 6,21      | 1,05 |       |       |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,87      | 1,86 | 1,061 | 0,385 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,33      | 1,47 |       |       |      |
|                        | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 5,58      | 1,68 |       |       |      |
|                        | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 5,36      | 1,57 |       |       |      |
|                        | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 5,50      | 1,18 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 6,00      | 0,63 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 4,43      | 2,37 |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 5,79      | 1,25 |       |       |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 54 | 4,74      | 1,91 | 1,437 | 0,215 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 36 | 5,56      | 1,61 |       |       |      |
|                        | 2001-3000 TL <sup>(3)</sup> | 12 | 5,42      | 1,83 |       |       |      |
|                        | 3001-4000 TL <sup>(4)</sup> | 11 | 5,27      | 1,95 |       |       |      |
|                        | 4001-5000 TL <sup>(5)</sup> | 10 | 5,60      | 2,07 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL*</del>    | 6  | 6,17      | 0,98 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL*</del>    | 7  | 4,00      | 2,65 |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(6)</sup> | 14 | 5,79      | 1,25 |       |       |      |

\* yeterli örneklem sayısı olmadığından analize dahil edilmemiştir.

Araştırmaya futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin gelir durumuna göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

#### 5.4.2. Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor ve Seyirci Olma ile İlgili Alışkanlıklarına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

Futbol branşının seyircisi olan katılımcıların spor yapma durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklem için t-testi sonuçları Tablo 5.11’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.11:** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Yapma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

|                        | Spor Yapma Durumu | N  | $\bar{X}$ | ss   | t      | p     |
|------------------------|-------------------|----|-----------|------|--------|-------|
| Spora İlgi             | Evet              | 78 | 5,40      | 1,57 | -0,125 | 0,900 |
|                        | Hayır             | 7  | 5,43      | 1,67 |        |       |
| Kısıtlı Başarı         | Evet              | 78 | 5,00      | 1,61 | 1,456  | 0,147 |
|                        | Hayır             | 7  | 4,61      | 1,66 |        |       |
| Heyacan                | Evet              | 78 | 5,12      | 1,86 | 1,211  | 0,228 |
|                        | Hayır             | 7  | 4,72      | 2,12 |        |       |
| Oyuncuya İlgi          | Evet              | 78 | 5,18      | 2,33 | 0,649  | 0,518 |
|                        | Hayır             | 7  | 4,93      | 2,36 |        |       |
| Estetik                | Evet              | 78 | 5,56      | 1,28 | 1,093  | 0,276 |
|                        | Hayır             | 7  | 5,33      | 1,31 |        |       |
| Sosyal Fırsatlar       | Evet              | 78 | 4,86      | 2,06 | 0,784  | 0,434 |
|                        | Hayır             | 7  | 4,58      | 2,24 |        |       |
| Drama                  | Evet              | 78 | 5,37      | 1,58 | 1,218  | 0,225 |
|                        | Hayır             | 7  | 5,03      | 1,88 |        |       |
| Rol Model              | Evet              | 78 | 5,17      | 1,72 | 0,097  | 0,923 |
|                        | Hayır             | 7  | 5,14      | 1,77 |        |       |
| Eğlence Değeri         | Evet              | 78 | 5,41      | 1,60 | 1,587  | 0,115 |
|                        | Hayır             | 7  | 4,99      | 1,67 |        |       |
| Sağlıklı Çevre         | Evet              | 78 | 5,82      | 0,96 | -0,077 | 0,939 |
|                        | Hayır             | 7  | 5,83      | 1,07 |        |       |
| Aile Bağları           | Evet              | 78 | 5,37      | 1,79 | 0,271  | 0,786 |
|                        | Hayır             | 7  | 5,29      | 1,83 |        |       |
| Bilgi Edinme           | Evet              | 78 | 5,18      | 1,89 | 1,035  | 0,302 |
|                        | Hayır             | 7  | 4,86      | 1,87 |        |       |
| Sporcuların Becerileri | Evet              | 78 | 5,10      | 1,80 | 0,110  | 0,912 |
|                        | Hayır             | 7  | 5,07      | 1,87 |        |       |
| Fiziksel Çekiciliği    | Evet              | 78 | 5,42      | 1,62 | 1,523  | 0,130 |
|                        | Hayır             | 7  | 5,01      | 1,67 |        |       |
| Saldırganlığın Keyfi   | Evet              | 78 | 5,37      | 1,85 | 1,147  | 0,253 |
|                        | Hayır             | 7  | 5,03      | 1,82 |        |       |

Araştırmaya futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin spor yapma durumuna göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

Futbol branşının seyircisi olan katılımcıların spor müsabakası izleme durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t-testi sonuçları Tablo 5.12’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.12:** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Müsabakası İzleme Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Spor Müsabakası İzleme Durumu  | N  | $\bar{X}$ | ss   | F       | p            | Fark |
|------------------|--------------------------------|----|-----------|------|---------|--------------|------|
| Spora İlgi       | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 5,94      | 1,06 | 11,101  | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,13      | 0,83 |         |              | 4-2  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 5,75      | 1,08 |         |              | 4-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 4,59      | 1,88 |         |              |      |
|                  | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |         |              |      |
| Kısıtlı başarı   | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,00      | 1,15 | 51,081  | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 5,46      | 1,14 |         |              | 4-2  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 5,53      | 1,19 |         |              | 4-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 3,29      | 0,68 |         |              |      |
|                  | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |         |              |      |
| Heyecan          | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,42      | 0,76 | 148,54  | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,33      | 0,90 |         |              | 4-2  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 5,53      | 1,22 |         |              | 4-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 2,66      | 0,69 |         |              |      |
|                  | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |         |              |      |
| Oyuncuya ilgi    | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,94      | 0,36 | 424,58  | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,49      | 0,64 |         |              | 4-2  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 6,34      | 0,97 |         |              | 4-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 1,83      | 0,77 |         |              |      |
|                  | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |         |              |      |
| Estetik          | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,16      | 0,78 | 24,555  | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,26      | 0,72 |         |              | 4-2  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 4,91      | 1,40 |         |              | 4-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 4,56      | 1,21 |         |              |      |
|                  | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |         |              |      |
| Sosyal Fırsatlar | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,23      | 0,80 | 111,190 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,38      | 0,94 |         |              | 4-2  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 5,13      | 1,62 |         |              | 4-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 2,24      | 1,07 |         |              |      |
|                  | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |         |              |      |
| Drama            | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,35      | 0,80 | 65,616  | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,08      | 0,87 |         |              | 4-2  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 5,97      | 1,00 |         |              | 4-3  |

**Tablo 5.12 (devamı):** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Müsabakası İzleme Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Spor Müsabakası İzleme Durumu  | N  | $\bar{X}$ | ss   | F      | p            | Fark              |
|------------------------|--------------------------------|----|-----------|------|--------|--------------|-------------------|
| Rol Model              | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 3,34      | 1,44 | 72,566 | <b>0,000</b> | 4-1<br>4-2<br>4-3 |
|                        | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |        |              |                   |
|                        | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,26      | 0,86 |        |              |                   |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,31      | 0,80 |        |              |                   |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 5,63      | 1,13 |        |              |                   |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 3,22      | 1,35 |        |              |                   |
| Eğlence Değeri         | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 | 85,408 | <b>0,000</b> | 4-1<br>4-2<br>4-3 |
|                        | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,35      | 0,80 |        |              |                   |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,28      | 0,86 |        |              |                   |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 5,59      | 1,04 |        |              |                   |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 3,34      | 1,06 |        |              |                   |
|                        | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |        |              |                   |
| Sağlıklı Çevre         | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,03      | 0,80 | 3,004  | 0,053        |                   |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,10      | 0,75 |        |              |                   |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 5,47      | 1,05 |        |              |                   |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 5,73      | 1,23 |        |              |                   |
|                        | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |        |              |                   |
|                        | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,42      | 0,72 | 91,614 | <b>0,000</b> | 4-1<br>4-2<br>4-3 |
| Aile Bağları           | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,49      | 0,76 |        |              |                   |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 6,09      | 1,03 |        |              |                   |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 3,24      | 1,36 |        |              |                   |
|                        | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |        |              |                   |
|                        | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,48      | 0,72 | 72,340 | <b>0,000</b> | 4-1<br>4-2<br>4-3 |
| Bilgi Edinme           | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,28      | 0,94 |        |              |                   |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 5,22      | 1,18 |        |              |                   |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 3,02      | 1,52 |        |              |                   |
|                        | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |        |              |                   |
|                        | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,16      | 0,86 | 93,497 | <b>0,000</b> | 4-1<br>4-2<br>4-3 |
| Sporcuların becerileri | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,23      | 0,78 |        |              |                   |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 5,88      | 1,13 |        |              |                   |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 2,85      | 1,31 |        |              |                   |
|                        | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |        |              |                   |
|                        | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,32      | 0,83 | 71,165 | <b>0,000</b> | 4-1<br>4-2<br>4-3 |
| Fiziksel Çekiciliği    | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,23      | 0,78 |        |              |                   |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 5,69      | 1,09 |        |              |                   |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 3,37      | 1,28 |        |              |                   |
|                        | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |        |              |                   |
|                        | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 31 | 6,06      | 0,81 | 94,496 | <b>0,000</b> | 4-1<br>4-2<br>4-3 |
| Saldırganlığın Keyfi   | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 39 | 6,38      | 0,75 |        |              |                   |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 32 | 6,22      | 0,94 |        |              |                   |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 41 | 3,05      | 1,40 |        |              |                   |
|                        | Hiç*                           | 7  | 4,35      | 1,55 |        |              |                   |

Araştırmaya futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci

motivasyon motiflerinin spor müsabakası izleme durumuna göre farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda seyircilerden yılda 1-2 defa futbol müsabakası izleyen futbol branşı seyircilerinin “spora ilgi”, “kısıtlı başarı”, “heyecan” ,”oyuncuya ilgi”, “estetik”, “sosyal fırsatlar”, “drama”, “rol model”, “eğlence değeri”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “sporcuların becerileri”, “fiziksel çekicilik”, “saldırganlığın keyfi” motivasyon motifleri düzeylerinin her hafta, iki haftada bir ve ayda bir defa futbol müsabakasına seyirci olarak katılan bireylerden daha düşük olacak biçimde %95 güven düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).

Futbol branşının seyircisi olan katılımcıların branşa oyuncu olarak katılma durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t-testi sonuçları Tablo 5.13’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.13:** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Branşa Oyuncu Olarak Katılma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Branşa Oyuncu Olarak Durumu | N   | $\bar{X}$ | ss   | t     | p            |
|------------------|-----------------------------|-----|-----------|------|-------|--------------|
| Spora İlgi       | Evet                        | 30  | 5,67      | 1,12 | 0,963 | 0,337        |
|                  | Hayır                       | 120 | 5,35      | 1,71 |       |              |
| Kısıtlı Başarı   | Evet                        | 30  | 5,43      | 1,25 | 2,350 | <b>0,020</b> |
|                  | Hayır                       | 120 | 4,66      | 1,69 |       |              |
| Heyacan          | Evet                        | 30  | 5,93      | 1,39 | 3,191 | <b>0,002</b> |
|                  | Hayır                       | 120 | 4,68      | 2,04 |       |              |
| Oyuncuya İlgi    | Evet                        | 30  | 6,33      | 1,42 | 3,446 | <b>0,001</b> |
|                  | Hayır                       | 120 | 4,74      | 2,42 |       |              |
| Estetik          | Evet                        | 30  | 6,13      | 0,94 | 3,327 | <b>0,001</b> |
|                  | Hayır                       | 120 | 5,28      | 1,32 |       |              |
| Sosyal Fırsatlar | Evet                        | 30  | 5,80      | 1,47 | 3,149 | <b>0,002</b> |
|                  | Hayır                       | 120 | 4,46      | 2,21 |       |              |
| Drama            | Evet                        | 30  | 6,17      | 1,15 | 3,523 | <b>0,001</b> |
|                  | Hayır                       | 120 | 4,97      | 1,77 |       |              |
| Rol Model        | Evet                        | 30  | 5,83      | 1,32 | 2,431 | <b>0,016</b> |
|                  | Hayır                       | 120 | 4,98      | 1,80 |       |              |
| Eğlence Değeri   | Evet                        | 30  | 6,03      | 1,27 | 3,172 | <b>0,002</b> |
|                  | Hayır                       | 120 | 5,00      | 1,67 |       |              |

**Tablo 5.13 (devamı):** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Branşa Oyuncu Olarak Katılma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Branşa Oyuncu Olarak Durumu | N   | $\bar{X}$ | ss   | t     | p            |
|------------------------|-----------------------------|-----|-----------|------|-------|--------------|
| Sağlıklı Çevre         | Evet                        | 30  | 6,07      | 0,87 | 1,453 | 0,148        |
|                        | Hayır                       | 120 | 5,77      | 1,04 |       |              |
| Aile Bağları           | Evet                        | 30  | 6,07      | 1,26 | 2,539 | <b>0,012</b> |
|                        | Hayır                       | 120 | 5,15      | 1,87 |       |              |
| Bilgi Edinme           | Evet                        | 30  | 5,90      | 1,56 | 2,912 | <b>0,004</b> |
|                        | Hayır                       | 120 | 4,81      | 1,90 |       |              |
| Sporcuların Becerileri | Evet                        | 30  | 5,90      | 1,30 | 2,786 | <b>0,006</b> |
|                        | Hayır                       | 120 | 4,88      | 1,89 |       |              |
| Fiziksel Çekiciliği    | Evet                        | 30  | 6,03      | 1,25 | 3,075 | <b>0,003</b> |
|                        | Hayır                       | 120 | 5,03      | 1,68 |       |              |
| Saldırganlığın Keyfi   | Evet                        | 30  | 6,17      | 1,37 | 3,306 | <b>0,001</b> |
|                        | Hayır                       | 120 | 4,97      | 1,86 |       |              |

Araştırmaya futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin branşa oyuncu olarak katılma durumuna göre farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda seyircilerden futbola oyuncu olarak da katkı sağlayan bireylerin “kısıtlı başarı”, “heyecan”, “oyuncuya ilgi”, “estetik”, “sosyal fırsatlar”, “drama”, “rol model”, “eğlence değeri”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “sporcuların becerileri”, “fiziksel çekicilik”, “saldırganlığın keyfi” motivasyon motifleri düzeylerinin futbol branşına oyuncu olarak katılım göstermeyenlerden daha yüksek olacak biçimde %95 güven düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p < 0,05$ ).

Futbol branşının seyircisi olan katılımcıların son 12 ay içinde ilgi duyulan branşa seyirci olarak katılma sayısına göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.14’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.14:** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısı | N  | $\bar{X}$ | ss   | F      | p            | Fark |
|----------------|--------------------------------------------------------------------|----|-----------|------|--------|--------------|------|
| Spora İlgi     | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 4,70      | 2,41 | 7,569  | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 4,42      | 2,09 |        |              | 4-2  |
|                | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 5,00      | 1,32 |        |              | 4-3  |
|                | 7-9 defa*                                                          | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 5,95      | 1,00 |        |              | 5-2  |
|                | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 5,98      | 0,99 |        |              | 5-3  |
| Kısıtlı başarı | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 3,50      | 1,78 | 29,467 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 3,36      | 1,25 |        |              | 4-2  |
|                | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 3,94      | 1,18 |        |              | 4-3  |
|                | 7-9 defa*                                                          | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 5,10      | 1,07 |        |              | 5-2  |
|                | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 5,90      | 1,16 |        |              | 5-3  |
| Heyecan        | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 2,70      | 1,49 | 48,812 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 2,92      | 1,59 |        |              | 4-2  |
|                | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 4,00      | 1,67 |        |              | 4-3  |
|                | 7-9 defa*                                                          | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 6,35      | 1,04 |        |              | 5-2  |
|                | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 6,15      | 1,05 |        |              | 5-3  |
| Oyuncuya ilgi  | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 2,20      | 1,81 | 66,977 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 2,61      | 1,82 |        |              | 4-2  |
|                | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 3,63      | 2,36 |        |              | 4-3  |
|                | 7-9 defa*                                                          | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 6,60      | 0,60 |        |              | 5-2  |
|                | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 6,63      | 0,69 |        |              | 5-3  |
| Estetik        | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 4,70      | 1,16 | 7,334  | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 4,81      | 1,39 |        |              | 4-2  |
|                | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 4,81      | 1,42 |        |              | 4-3  |
|                | 7-9 defa*                                                          | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 5,65      | 0,88 |        |              | 5-2  |
|                | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 5,95      | 1,11 |        |              | 5-3  |

**Tablo 5.14 (devamı):** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısı | N  | $\bar{X}$ | ss   | F      | p            | Fark |
|------------------|--------------------------------------------------------------------|----|-----------|------|--------|--------------|------|
| Sosyal Fırsatlar | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 2,70      | 1,34 | 37,177 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 2,69      | 1,77 |        |              | 4-2  |
|                  | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 3,69      | 2,33 |        |              | 4-3  |
|                  | 7-9 defa*                                                          | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                  | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 6,30      | 1,17 |        |              | 5-2  |
|                  | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 5,97      | 1,20 |        |              | 5-3  |
| Drama            | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 3,60      | 1,17 | 31,864 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 3,61      | 1,59 |        |              | 4-2  |
|                  | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 4,31      | 1,99 |        |              | 4-3  |
|                  | 7-9 defa*                                                          | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                  | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 6,05      | 1,05 |        |              | 5-2  |
|                  | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 6,27      | 0,87 |        |              | 5-3  |
| Rol Model        | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 3,30      | 1,70 | 34,052 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 3,92      | 1,63 |        |              | 4-2  |
|                  | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 3,50      | 1,46 |        |              | 4-3  |
|                  | 7-9 defa*                                                          | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                  | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 6,15      | 0,93 |        |              | 5-2  |
|                  | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 6,22      | 0,95 |        |              | 5-3  |
| Eğlence Değeri   | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 4,00      | 1,41 | 29,115 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 3,64      | 1,51 |        |              | 4-2  |
|                  | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 4,63      | 1,75 |        |              | 4-3  |
|                  | 7-9 defa*                                                          | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                  | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 6,20      | 0,77 |        |              | 5-2  |
|                  | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 6,17      | 1,00 |        |              | 5-3  |
| Sağlıklı Çevre   | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 5,40      | 1,26 | 1,789  | 0,135        |      |
|                  | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 5,89      | 1,19 |        |              |      |
|                  | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 5,44      | 1,09 |        |              |      |
|                  | 7-9 defa*                                                          | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              |      |
|                  | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 6,20      | 0,77 |        |              |      |
|                  | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 5,85      | 0,87 |        |              |      |

**Tablo 5.14 (devamı):** Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısı | N  | $\bar{X}$ | ss   | F      | p            | Fark |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------|----|-----------|------|--------|--------------|------|
| Aile Bağları           | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 4,70      | 1,70 | 37,406 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 3,39      | 1,64 |        |              | 4-2  |
|                        | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 4,38      | 1,93 |        |              | 4-3  |
|                        | <del>7-9 defa*</del>                                               | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                        | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 6,30      | 0,92 |        |              | 5-2  |
|                        | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 6,44      | 0,73 |        |              | 5-3  |
| Bilgi Edinme           | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 2,90      | 1,66 | 23,517 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 3,75      | 1,92 |        |              | 4-2  |
|                        | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 3,88      | 1,96 |        |              | 4-3  |
|                        | <del>7-9 defa*</del>                                               | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                        | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 6,00      | 1,26 |        |              | 5-2  |
|                        | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 6,10      | 1,06 |        |              | 5-3  |
| Sporcuların becerileri | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 2,70      | 1,57 | 25,002 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 3,81      | 1,83 |        |              | 4-2  |
|                        | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 4,25      | 2,24 |        |              | 4-3  |
|                        | <del>7-9 defa*</del>                                               | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                        | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 6,00      | 1,03 |        |              | 5-2  |
|                        | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 6,10      | 0,86 |        |              | 5-3  |
| Fiziksel Çekiciliği    | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 3,30      | 1,49 | 25,569 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 3,89      | 1,62 |        |              | 4-2  |
|                        | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 4,69      | 1,74 |        |              | 4-3  |
|                        | <del>7-9 defa*</del>                                               | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                        | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 6,15      | 1,04 |        |              | 5-2  |
|                        | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 6,14      | 0,94 |        |              | 5-3  |
| Saldırganlığın Keyfi   | 0 defa <sup>(1)</sup>                                              | 10 | 3,00      | 1,76 | 35,075 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | 1-3 defa <sup>(2)</sup>                                            | 36 | 3,50      | 1,73 |        |              | 4-2  |
|                        | 4-6 defa <sup>(3)</sup>                                            | 16 | 4,75      | 1,95 |        |              | 4-3  |
|                        | <del>7-9 defa*</del>                                               | 9  | 5,02      | 1,44 |        |              | 5-1  |
|                        | 10-12 defa <sup>(4)</sup>                                          | 20 | 6,65      | 0,59 |        |              | 5-2  |
|                        | 13 defadan fazla <sup>(5)</sup>                                    | 59 | 6,14      | 0,88 |        |              | 5-3  |

\* yeterli örneklem sayısı olmadığından analize dahil edilmemiştir.

Araştırmaya futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin son 12 ay içinde ilgi duyulan branşa seyirci olarak katılma sayısına farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda seyircilerden son 12 ay içinde 10-12 defa ve 13 defadan fazla olarak şekilde futbol müsabakasına seyirci olarak katılanların “spora ilgi”, “kısıtlı başarı”, “heyecan”, “oyuncuya ilgi”, “estetik”, “sosyal fırsatlar”, “drama”, “rol model”, “eğlence değeri”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “sporcuların becerileri”, “fiziksel çekicilik”, “saldırganlığın keyfi” motivasyon motifleri düzeylerinin son 12 ayda hiç katılmayanlardan ve 1-3 defa ve 4-6 defa katılanlardan daha yüksek olacak biçimde %95 güven düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).

#### 5.4.3. Futbol Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Video Oyun Alışkanlıklarına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

Futbol branşının seyircisi olan katılımcıların haftalık video oyun oynama saatine göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.14’te gösterilmiştir.

**Tablo 5.15:** Futbol Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oyun Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Haftalık Video Oyun Oynama Saati | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|----------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora İlgi     | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 5,45      | 1,39 | 0,864 | 0,424 |      |
|                | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 5,26      | 1,84 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,71      | 0,94 |       |       |      |
|                | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                | <del>13 saatten fazla *</del>    | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 4,77      | 1,65 | 0,715 | 0,491 |      |
|                | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 4,72      | 1,71 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,14      | 1,48 |       |       |      |
|                | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                | <del>13 saatten fazla *</del>    | 0  | -         | -    |       |       |      |

**Tablo 5.15 (devamı): Futbol Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oyun Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar     | Haftalık Video Oyun Oynama Saati | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------|----------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Heyecan          | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 4,84      | 1,95 | 1,826 | 0,165 |      |
|                  | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 4,76      | 2,08 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,57      | 1,64 |       |       |      |
|                  | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                  | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                  | <del>13 saatten fazla*</del>     | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Oyuncuya ilgi    | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 5,16      | 2,35 | 1,566 | 0,212 |      |
|                  | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 4,83      | 2,44 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,71      | 1,88 |       |       |      |
|                  | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                  | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                  | <del>13 saatten fazla*</del>     | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Estetik          | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 5,23      | 1,36 | 0,578 | 0,562 |      |
|                  | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 5,47      | 1,28 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,57      | 1,32 |       |       |      |
|                  | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                  | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                  | <del>13 saatten fazla*</del>     | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Sosyal Fırsatlar | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 4,90      | 1,97 | 1,347 | 0,263 |      |
|                  | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 4,55      | 2,22 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,29      | 2,09 |       |       |      |
|                  | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                  | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                  | <del>13 saatten fazla*</del>     | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Drama            | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 5,29      | 1,81 | 0,986 | 0,375 |      |
|                  | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 5,06      | 1,78 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,57      | 1,45 |       |       |      |
|                  | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                  | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                  | <del>13 saatten fazla*</del>     | 0  | -         | -    |       |       |      |

**Tablo 5.15 (devamı): Futbol Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oyun Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar   | Haftalık Video Oyun Oynama Saati | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|----------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Rol Model      | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 5,35      | 1,72 | 1,507 | 0,225 |      |
|                | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 4,97      | 1,78 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,57      | 1,67 |       |       |      |
|                | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                | <del>13 saatten fazla*</del>     | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Eğlence Değeri | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 5,29      | 1,75 | 1,288 | 0,279 |      |
|                | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 5,05      | 1,67 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,61      | 1,45 |       |       |      |
|                | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                | <del>13 saatten fazla*</del>     | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Sağlıklı Çevre | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 6,03      | 1,08 | 0,749 | 0,475 |      |
|                | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 5,80      | 0,96 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,75      | 1,11 |       |       |      |
|                | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                | <del>13 saatten fazla*</del>     | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Aile Bağları   | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 5,42      | 1,69 | 1,495 | 0,228 |      |
|                | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 5,13      | 1,91 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,79      | 1,55 |       |       |      |
|                | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                | <del>13 saatten fazla*</del>     | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Bilgi Edinme   | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 4,87      | 1,94 | 0,452 | 0,637 |      |
|                | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 5,00      | 1,95 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,32      | 1,61 |       |       |      |
|                | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                | <del>13 saatten fazla*</del>     | 0  | -         | -    |       |       |      |

**Tablo 5.15 (devamı): Futbol Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oyun Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar           | Haftalık Video Oyun Oynama Saati | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------------|----------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Sporcuların Becerileri | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 5,13      | 1,80 | 2,404 | 0,094 |      |
|                        | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 4,85      | 1,88 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,71      | 1,61 |       |       |      |
|                        | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                        | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                        | <del>13 saatten fazla *</del>    | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 5,10      | 1,80 | 1,712 | 0,060 |      |
|                        | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 5,01      | 1,62 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 6,07      | 1,39 |       |       |      |
|                        | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                        | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                        | <del>13 saatten fazla *</del>    | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | 0 Saat <sup>(1)</sup>            | 31 | 5,13      | 2,19 | 1,249 | 0,290 |      |
|                        | 1-3 saat <sup>(2)</sup>          | 88 | 5,10      | 1,78 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(3)</sup>          | 28 | 5,71      | 1,49 |       |       |      |
|                        | <del>7-9 saat *</del>            | 3  | 6,12      | 1,99 |       |       |      |
|                        | <del>10-12 saat *</del>          | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                        | <del>13 saatten fazla *</del>    | 0  | -         | -    |       |       |      |

Araştırmaya futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin haftalık video oyun oynama saatine göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

Futbol branşının seyircisi olan katılımcıların video oyun oynama süresine göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.16’da gösterilmiştir.

**Tablo 5.16:** Futbol Branşının Seyircisi Olan Video Oyun Oynama Süresine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Video Oyun Oynama Süresi           | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|------------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora İlgi     | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 5,38      | 1,40 | 0,848 | 0,497 |      |
|                | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 5,06      | 1,95 |       |       |      |
|                | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 5,07      | 1,82 |       |       |      |
|                | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,77      | 1,42 |       |       |      |
|                | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 5,37      | 1,68 |       |       |      |
|                | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 4,76      | 1,62 | 0,088 | 0,986 |      |
|                | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 4,65      | 1,84 |       |       |      |
|                | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 4,79      | 1,53 |       |       |      |
|                | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 4,82      | 1,68 |       |       |      |
|                | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 4,90      | 1,64 |       |       |      |
|                | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Heyecan        | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 4,90      | 1,99 | 0,126 | 0,973 |      |
|                | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 4,65      | 2,45 |       |       |      |
|                | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 5,00      | 1,96 |       |       |      |
|                | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,05      | 2,05 |       |       |      |
|                | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 4,92      | 1,85 |       |       |      |
|                | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Oyuncuya ilgi  | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 5,21      | 2,34 | 0,389 | 0,817 |      |
|                | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 4,82      | 2,35 |       |       |      |
|                | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 4,43      | 2,62 |       |       |      |
|                | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,26      | 2,20 |       |       |      |
|                | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 5,08      | 2,43 |       |       |      |
|                | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Estetik        | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 5,21      | 1,35 | 0,493 | 0,741 |      |
|                | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 5,41      | 1,37 |       |       |      |
|                | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 5,64      | 1,34 |       |       |      |
|                | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,62      | 1,16 |       |       |      |
|                | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 5,43      | 1,35 |       |       |      |
|                | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |

**Tablo 5.16 (devamı): Futbol Branşının Seyircisi Olan Video Oyun Oynama Süresine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar     | Video Oyun Oynama Süresi           | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------|------------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Sosyal Fırsatlar | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 4,93      | 2,00 | 1,863 | 0,120 |      |
|                  | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 4,41      | 2,45 |       |       |      |
|                  | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 3,43      | 1,95 |       |       |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,15      | 1,93 |       |       |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 4,75      | 2,26 |       |       |      |
|                  | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Drama            | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 5,31      | 1,85 | 0,329 | 0,858 |      |
|                  | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 5,06      | 1,78 |       |       |      |
|                  | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 4,79      | 1,37 |       |       |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,18      | 1,68 |       |       |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 5,33      | 1,81 |       |       |      |
|                  | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Rol Model        | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 5,38      | 1,76 | 0,666 | 0,617 |      |
|                  | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 5,24      | 1,82 |       |       |      |
|                  | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 4,50      | 1,70 |       |       |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,26      | 1,77 |       |       |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 5,10      | 1,71 |       |       |      |
|                  | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Eğlence Değeri   | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 5,38      | 1,59 | 0,342 | 0,849 |      |
|                  | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 5,35      | 1,69 |       |       |      |
|                  | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 4,86      | 1,66 |       |       |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,28      | 1,56 |       |       |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 5,10      | 1,76 |       |       |      |
|                  | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Sağlıklı Çevre   | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 6,07      | 1,03 | 1,871 | 0,119 |      |
|                  | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 6,12      | 0,86 |       |       |      |
|                  | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 5,29      | 1,07 |       |       |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,74      | 1,02 |       |       |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 5,80      | 1,00 |       |       |      |
|                  | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |

**Tablo 5.16 (devamı): Futbol Branşının Seyircisi Olan Video Oyun Oynama Süresine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar           | Video Oyun Oynama Süresi           | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------------|------------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Aile Bağları           | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 5,48      | 1,72 | 0,797 | 0,529 |      |
|                        | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 4,71      | 1,90 |       |       |      |
|                        | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 5,07      | 2,09 |       |       |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,56      | 1,80 |       |       |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 5,35      | 1,74 |       |       |      |
|                        | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Bilgi Edinme           | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 4,90      | 1,97 | 0,218 | 0,928 |      |
|                        | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 4,94      | 1,85 |       |       |      |
|                        | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 4,71      | 1,49 |       |       |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,18      | 1,93 |       |       |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 5,10      | 1,95 |       |       |      |
|                        | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Sporcuların Becerileri | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 5,28      | 1,69 | 0,234 | 0,919 |      |
|                        | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 4,88      | 2,34 |       |       |      |
|                        | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 4,79      | 2,01 |       |       |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,15      | 1,74 |       |       |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 5,08      | 1,79 |       |       |      |
|                        | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 5,14      | 1,81 | 0,513 | 0,727 |      |
|                        | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 5,00      | 1,90 |       |       |      |
|                        | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 4,79      | 1,37 |       |       |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,33      | 1,61 |       |       |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 5,39      | 1,60 |       |       |      |
|                        | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | 0 ay <sup>(1)</sup>                | 29 | 5,24      | 2,12 | 0,766 | 0,549 |      |
|                        | 1-6 ay <sup>(2)</sup>              | 17 | 5,00      | 1,73 |       |       |      |
|                        | 6-12 ay <sup>(3)</sup>             | 14 | 4,50      | 1,70 |       |       |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(4)</sup>            | 39 | 5,46      | 1,89 |       |       |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(5)</sup>            | 51 | 5,25      | 1,71 |       |       |      |
|                        | 48--60 ay <sup>(6)</sup>           | 0  | -         | -    |       |       |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(7)</sup> | 0  | -         | -    |       |       |      |

Araştırmaya futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin video oyun oynama süresine göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

### 5.5. FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Tanıtıcı Özelliklerine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

#### 5.5.1. FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

FIFA Online branşının seyircisi olan katılımcıların cinsiyete göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t-testi sonuçları Tablo 5.17’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.17:** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Cinsiyete Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Cinsiyet | N   | $\bar{X}$ | ss   | t      | p     |
|------------------|----------|-----|-----------|------|--------|-------|
| Spora İlgi       | Erkek    | 121 | 5,16      | 1,67 | 0,358  | 0,721 |
|                  | Kadın    | 29  | 5,03      | 1,59 |        |       |
| Kısıtlı Başarı   | Erkek    | 121 | 4,77      | 1,64 | 1,175  | 0,242 |
|                  | Kadın    | 29  | 4,38      | 1,45 |        |       |
| Heyacan          | Erkek    | 121 | 4,66      | 1,53 | -0,949 | 0,344 |
|                  | Kadın    | 29  | 4,97      | 1,64 |        |       |
| Oyuncuya İlgi    | Erkek    | 121 | 4,67      | 1,73 | -0,336 | 0,737 |
|                  | Kadın    | 29  | 4,79      | 1,97 |        |       |
| Estetik          | Erkek    | 121 | 5,67      | 1,85 | 0,487  | 0,627 |
|                  | Kadın    | 29  | 5,48      | 1,88 |        |       |
| Sosyal Fırsatlar | Erkek    | 121 | 5,45      | 1,80 | 0,568  | 0,571 |
|                  | Kadın    | 29  | 5,24      | 1,86 |        |       |
| Drama            | Erkek    | 121 | 5,26      | 1,70 | 0,616  | 0,539 |
|                  | Kadın    | 29  | 5,03      | 1,90 |        |       |
| Rol Model        | Erkek    | 121 | 4,67      | 1,74 | -0,057 | 0,955 |
|                  | Kadın    | 29  | 4,69      | 1,65 |        |       |
| Eğlence Değeri   | Erkek    | 121 | 4,88      | 1,70 | 0,137  | 0,892 |
|                  | Kadın    | 29  | 4,83      | 1,77 |        |       |
| Sağlıklı Çevre   | Erkek    | 121 | 5,65      | 1,36 | -0,836 | 0,405 |
|                  | Kadın    | 29  | 5,90      | 1,59 |        |       |

**Tablo 5.17 (devamı): FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Cinsiyete Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar           | Cinsiyet | N   | $\bar{X}$ | ss   | t      | p     |
|------------------------|----------|-----|-----------|------|--------|-------|
| Aile Bağları           | Erkek    | 121 | 5,06      | 1,76 | 0,456  | 0,649 |
|                        | Kadın    | 29  | 4,90      | 1,50 |        |       |
| Bilgi Edinme           | Erkek    | 121 | 4,96      | 1,69 | -0,310 | 0,757 |
|                        | Kadın    | 29  | 5,07      | 1,87 |        |       |
| Sporcuların Becerileri | Erkek    | 121 | 5,17      | 1,56 | 1,242  | 0,216 |
|                        | Kadın    | 29  | 4,76      | 1,83 |        |       |
| Fiziksel Çekiciliği    | Erkek    | 121 | 4,80      | 1,80 | 0,394  | 0,694 |
|                        | Kadın    | 29  | 4,66      | 1,78 |        |       |
| Saldırganlığın Keyfi   | Erkek    | 121 | 5,21      | 1,58 | 0,315  | 0,754 |
|                        | Kadın    | 29  | 5,10      | 1,61 |        |       |

Araştırmaya FIFA Online branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin cinsiyete göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

FIFA Online branşının seyircisi olan katılımcıların yaşa göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.18’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.18: FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Yaşa Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar   | Yaş                      | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|--------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora İlgi     | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 5,14      | 1,64 | 2,439 | 0,091 |      |
|                | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 5,29      | 1,60 |       |       |      |
|                | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 4,17      | 1,85 |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 4,56      | 1,52 | 0,640 | 0,529 |      |
|                | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 4,85      | 1,64 |       |       |      |
|                | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 4,50      | 1,88 |       |       |      |
| Heyecan        | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 4,67      | 1,59 | 0,601 | 0,549 |      |
|                | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 4,83      | 1,48 |       |       |      |
|                | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 4,33      | 1,78 |       |       |      |
| Oyuncuya ilgi  | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 4,71      | 1,86 | 0,411 | 0,664 |      |
|                | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 4,75      | 1,64 |       |       |      |
|                | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 4,25      | 2,14 |       |       |      |

**Tablo 5.18 (devamı):** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Yaşa Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Yaş                      | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------------|--------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Estetik                | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 5,55      | 1,94 | 0,918 | 0,402 |      |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 5,81      | 1,69 |       |       |      |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 5,08      | 2,23 |       |       |      |
| Sosyal Fırsatlar       | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 5,35      | 1,78 | 0,533 | 0,588 |      |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 5,54      | 1,84 |       |       |      |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 5,00      | 1,91 |       |       |      |
| Drama                  | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 5,21      | 1,71 | 0,204 | 0,816 |      |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 5,26      | 1,67 |       |       |      |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 4,92      | 2,31 |       |       |      |
| Rol Model              | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 4,62      | 1,79 | 1,578 | 0,210 |      |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 4,85      | 1,56 |       |       |      |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 3,92      | 2,11 |       |       |      |
| Eğlence Değeri         | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 5,00      | 1,81 | 0,432 | 0,650 |      |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 4,79      | 1,64 |       |       |      |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 4,58      | 1,68 |       |       |      |
| Sağlıklı Çevre         | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 5,67      | 1,45 | 1,502 | 0,226 |      |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 5,83      | 1,27 |       |       |      |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 5,08      | 1,88 |       |       |      |
| Aile Bağları           | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 4,89      | 1,69 | 1,596 | 0,206 |      |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 5,25      | 1,72 |       |       |      |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 4,42      | 1,62 |       |       |      |
| Bilgi Edinme           | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 4,89      | 1,83 | 2,020 | 0,136 |      |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 5,19      | 1,61 |       |       |      |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 4,17      | 1,53 |       |       |      |
| Sporcuların becerileri | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 5,12      | 1,48 | 1,481 | 0,231 |      |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 5,19      | 1,68 |       |       |      |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 4,33      | 1,87 |       |       |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 4,73      | 1,78 | 2,963 | 0,055 |      |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 5,00      | 1,78 |       |       |      |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 3,67      | 1,67 |       |       |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 66 | 5,26      | 1,70 | 1,922 | 0,150 |      |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 72 | 5,26      | 1,45 |       |       |      |
|                        | 34-42 yaş <sup>(3)</sup> | 12 | 4,33      | 1,50 |       |       |      |

Araştırmaya FIFA Online branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin yaşa göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

FIFA Online branşının seyircisi olan katılımcıların eğitim durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.19’da gösterilmiştir.

**Tablo 5.19:** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Eğitim Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora İlgi     | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 5,07      | 1,71 | 0,940 | 0,457 |      |
|                | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 5,48      | 1,43 |       |       |      |
|                | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,27      | 1,56 |       |       |      |
|                | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 4,94      | 1,34 |       |       |      |
|                | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 5,18      | 1,50 |       |       |      |
|                | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 4,33      | 2,57 |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 5,13      | 1,65 | 0,336 | 0,891 |      |
|                | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 4,81      | 1,60 |       |       |      |
|                | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 4,77      | 1,42 |       |       |      |
|                | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 4,94      | 2,14 |       |       |      |
|                | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 4,73      | 1,75 |       |       |      |
|                | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 4,25      | 1,54 |       |       |      |
| Heyecan        | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 4,69      | 1,61 | 1,789 | 0,119 |      |
|                | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 4,68      | 1,68 |       |       |      |
|                | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,04      | 1,43 |       |       |      |
|                | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 4,38      | 1,54 |       |       |      |
|                | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 5,27      | 1,55 |       |       |      |
|                | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 3,83      | 1,64 |       |       |      |
| Oyuncuya ilgi  | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 4,72      | 1,55 | 1,523 | 0,186 |      |
|                | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 4,65      | 1,84 |       |       |      |
|                | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,35      | 1,23 |       |       |      |
|                | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 4,50      | 2,07 |       |       |      |
|                | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 4,86      | 1,81 |       |       |      |
|                | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 3,75      | 2,01 |       |       |      |
| Estetik        | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 4,69      | 1,78 | 0,365 | 0,872 |      |
|                | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 5,45      | 1,96 |       |       |      |
|                | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 6,04      | 1,73 |       |       |      |
|                | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 5,69      | 1,66 |       |       |      |
|                | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 5,68      | 2,03 |       |       |      |
|                | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 5,42      | 1,88 |       |       |      |

**Tablo 5.19 (devamı): FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar     | Eğitim Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------|------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Sosyal Fırsatlar | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 5,63      | 1,85 | 1,149 | 0,337 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 5,71      | 1,90 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,42      | 1,55 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 5,25      | 1,77 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 5,68      | 1,64 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 4,33      | 2,39 |       |       |      |
| Drama            | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 5,41      | 1,81 | 1,925 | 0,094 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 5,13      | 1,82 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,81      | 1,30 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 4,69      | 1,74 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 5,27      | 1,61 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 4,17      | 2,29 |       |       |      |
| Rol Model        | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 5,21      | 1,74 | 1,303 | 0,266 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 4,19      | 1,56 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,12      | 1,68 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 4,44      | 1,63 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 4,82      | 1,84 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 4,17      | 1,95 |       |       |      |
| Eğlence Değeri   | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 4,67      | 1,72 | 0,852 | 0,515 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 4,77      | 1,73 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,12      | 1,58 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 4,50      | 1,86 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 4,59      | 1,71 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 4,42      | 2,19 |       |       |      |
| Sağlıklı Çevre   | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 4,87      | 1,71 | 0,747 | 0,590 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 6,06      | 1,31 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,73      | 1,08 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 5,31      | 1,62 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 5,50      | 1,74 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 5,67      | 1,30 |       |       |      |

**Tablo 5.19 (devamı): FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar           | Eğitim Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------------|------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Aile Bağları           | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 5,70      | 1,41 | 0,771 | 0,572 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 5,00      | 1,75 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,08      | 1,57 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 4,75      | 1,65 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 5,27      | 1,80 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 4,25      | 1,66 |       |       |      |
| Bilgi Edinme           | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 5,03      | 1,71 | 1,069 | 0,380 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 5,03      | 1,89 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,42      | 1,55 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 4,75      | 1,39 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 5,00      | 1,66 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 4,08      | 1,98 |       |       |      |
| Sporcuların becerileri | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 4,98      | 1,72 | 2,277 | 0,051 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 5,13      | 1,57 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,73      | 1,08 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 4,81      | 1,80 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 5,05      | 1,65 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 3,92      | 1,98 |       |       |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 5,09      | 1,62 | 1,742 | 0,129 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 4,61      | 1,73 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,46      | 1,39 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 4,56      | 2,16 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 5,09      | 1,87 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 3,83      | 2,21 |       |       |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 43 | 4,77      | 1,79 | 1,802 | 0,116 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 31 | 5,19      | 1,72 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 26 | 5,77      | 1,21 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 16 | 5,00      | 1,83 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 22 | 5,14      | 1,17 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 12 | 4,17      | 1,34 |       |       |      |

Araştırmaya FIFA Online branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin eğitim durumuna göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

FIFA Online branşının seyircisi olan katılımcıların çalışma durumuna göre spor

seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t-testi sonuçları Tablo 5.20’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.20:** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Çalışma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Çalışma Durumu | N  | $\bar{X}$ | ss   | t     | p            |
|------------------------|----------------|----|-----------|------|-------|--------------|
| Spora İlgi             | Evet           | 86 | 5,20      | 1,68 | 0,553 | 0,581        |
|                        | Hayır          | 64 | 5,05      | 1,62 |       |              |
| Kısıtlı Başarı         | Evet           | 86 | 4,83      | 1,56 | 1,171 | 0,243        |
|                        | Hayır          | 64 | 4,52      | 1,66 |       |              |
| Heyacan                | Evet           | 86 | 4,84      | 1,55 | 1,074 | 0,285        |
|                        | Hayır          | 64 | 4,56      | 1,55 |       |              |
| Oyuncuya İlgi          | Evet           | 86 | 4,88      | 1,61 | 1,529 | 0,128        |
|                        | Hayır          | 64 | 4,44      | 1,96 |       |              |
| Estetik                | Evet           | 86 | 5,86      | 1,72 | 1,757 | 0,081        |
|                        | Hayır          | 64 | 5,33      | 1,98 |       |              |
| Sosyal Fırsatlar       | Evet           | 86 | 5,67      | 1,70 | 2,070 | <b>0,040</b> |
|                        | Hayır          | 64 | 5,06      | 1,91 |       |              |
| Drama                  | Evet           | 86 | 5,34      | 1,75 | 1,013 | 0,313        |
|                        | Hayır          | 64 | 5,05      | 1,72 |       |              |
| Rol Model              | Evet           | 86 | 4,86      | 1,73 | 1,555 | 0,122        |
|                        | Hayır          | 64 | 4,42      | 1,68 |       |              |
| Eğlence Değeri         | Evet           | 86 | 5,07      | 1,65 | 1,698 | 0,092        |
|                        | Hayır          | 64 | 4,59      | 1,76 |       |              |
| Sağlıklı Çevre         | Evet           | 86 | 5,74      | 1,50 | 0,444 | 0,658        |
|                        | Hayır          | 64 | 5,64      | 1,28 |       |              |
| Aile Bağları           | Evet           | 86 | 5,09      | 1,61 | 0,551 | 0,583        |
|                        | Hayır          | 64 | 4,94      | 1,84 |       |              |
| Bilgi Edinme           | Evet           | 86 | 5,09      | 1,60 | 0,934 | 0,352        |
|                        | Hayır          | 64 | 4,83      | 1,86 |       |              |
| Sporcuların Becerileri | Evet           | 86 | 5,24      | 1,54 | 1,326 | 0,187        |
|                        | Hayır          | 64 | 4,89      | 1,71 |       |              |
| Fiziksel Çekiciliği    | Evet           | 86 | 5,09      | 1,75 | 2,581 | <b>0,011</b> |
|                        | Hayır          | 64 | 4,34      | 1,77 |       |              |
| Saldırganlığın Keyfi   | Evet           | 86 | 5,30      | 1,41 | 1,038 | 0,301        |
|                        | Hayır          | 64 | 5,03      | 1,78 |       |              |

Araştırmaya FIFA Online branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin çalışma durumuna göre farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda aktif olarak bir işte çalışan bireylerin “sosyal fırsatlar” ve “fiziksel çekicilik” motivasyon motifleri

düzeylerinin aktif olarak bir işte çalışmayanlardan daha yüksek olacak biçimde %95 güven düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).

FIFA Online branşının seyircisi olan katılımcıların gelir durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.21’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.21:** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Gelir Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|-----------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora İlgi     | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 5,06      | 1,61 | 0,341 | 0,712 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 5,18      | 1,78 |       |       |      |
|                | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 5,44      | 1,59 |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 4,56      | 1,62 | 0,787 | 0,458 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 4,57      | 1,75 |       |       |      |
|                | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 5,13      | 1,58 |       |       |      |
| Heyecan        | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 4,56      | 1,53 | 0,283 | 0,754 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 4,57      | 1,57 |       |       |      |
|                | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 4,88      | 1,45 |       |       |      |

**Tablo 5.21 (devamı):** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Gelir Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------|-----------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Oyuncuya ilgi    | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 4,52      | 1,93 | 0,599 | 0,551 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 4,96      | 1,71 |       |       |      |
|                  | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                  | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                  | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 4,63      | 1,50 |       |       |      |
| Estetik          | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 5,35      | 1,96 | 2,089 | 0,129 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 5,61      | 1,72 |       |       |      |
|                  | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                  | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                  | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 6,38      | 1,08 |       |       |      |
| Sosyal Fırsatlar | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 5,15      | 1,85 | 0,219 | 0,803 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 5,43      | 1,98 |       |       |      |
|                  | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                  | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                  | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 5,31      | 1,95 |       |       |      |
| Drama            | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 5,14      | 1,67 | 0,009 | 0,991 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 5,18      | 1,84 |       |       |      |
|                  | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                  | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                  | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 5,19      | 1,79 |       |       |      |

**Tablo 5.21 (devamı):** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Gelir Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|-----------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Rol Model      | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 4,45      | 1,72 | 0,083 | 0,920 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 4,57      | 1,95 |       |       |      |
|                | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 4,63      | 1,62 |       |       |      |
| Eğlence Değeri | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 4,59      | 1,75 | 1,617 | 0,203 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 5,04      | 1,79 |       |       |      |
|                | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 5,38      | 1,50 |       |       |      |
| Sağlıklı Çevre | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 5,64      | 1,27 | 0,577 | 0,563 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 5,93      | 1,30 |       |       |      |
|                | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 5,88      | 1,50 |       |       |      |
| Aile Bağları   | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 5,00      | 1,78 | 0,198 | 0,821 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 5,25      | 1,79 |       |       |      |
|                | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 5,06      | 1,61 |       |       |      |

**Tablo 5.21 (devamı):** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Gelir Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------------|-----------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Bilgi Edinme           | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 4,85      | 1,83 | 0,493 | 0,612 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 5,18      | 1,65 |       |       |      |
|                        | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                        | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                        | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 4,69      | 1,62 |       |       |      |
| Sporcuların becerileri | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 4,98      | 1,63 | 0,203 | 0,816 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 4,86      | 1,77 |       |       |      |
|                        | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                        | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                        | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 5,19      | 1,51 |       |       |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 4,44      | 1,72 | 1,556 | 0,216 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 5,14      | 1,73 |       |       |      |
|                        | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                        | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                        | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 4,69      | 2,02 |       |       |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 66 | 5,05      | 1,74 | 0,154 | 0,857 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 28 | 4,96      | 1,55 |       |       |      |
|                        | <del>2001-3000 TL*</del>    | 7  | 4,22      | 1,22 |       |       |      |
|                        | <del>3001-4000 TL*</del>    | 5  | 4,55      | 1,55 |       |       |      |
|                        | <del>4001-5000 TL*</del>    | 10 | 5,66      | 1,65 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL*</del>    | 10 | 5,95      | 1,97 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL*</del>    | 8  | 5,98      | 1,98 |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 16 | 5,25      | 1,43 |       |       |      |

\* yeterli örneklem sayısı olmadığından analize dahil edilmemiştir.

Araştırmaya FIFA Online branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin aylık gelir durumuna göre %95 güven düzeyinde farklılık

göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

### 5.5.2. FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor ve Seyirci Olma ile İlgili Alışkanlıklarına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

FIFA Online branşının seyircisi olan katılımcıların spor yapma durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t-testi sonuçları Tablo 5.22’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.22:** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Yapma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Spor Yapma Durumu | N   | $\bar{X}$ | ss   | t     | p     |
|------------------------|-------------------|-----|-----------|------|-------|-------|
| Spora İlgi             | Evet              | 40  | 5,50      | 1,40 | 1,651 | 0,101 |
|                        | Hayır             | 110 | 5,00      | 1,72 |       |       |
| Kısıtlı Başarı         | Evet              | 40  | 5,03      | 1,58 | 1,533 | 0,127 |
|                        | Hayır             | 110 | 4,57      | 1,61 |       |       |
| Heyecan                | Evet              | 40  | 4,90      | 1,45 | 0,857 | 0,393 |
|                        | Hayır             | 110 | 4,65      | 1,59 |       |       |
| Oyuncuya İlgi          | Evet              | 40  | 4,95      | 1,72 | 1,068 | 0,287 |
|                        | Hayır             | 110 | 4,60      | 1,79 |       |       |
| Estetik                | Evet              | 40  | 5,80      | 1,67 | 0,665 | 0,507 |
|                        | Hayır             | 110 | 5,57      | 1,91 |       |       |
| Sosyal Fırsatlar       | Evet              | 40  | 5,53      | 1,68 | 0,454 | 0,650 |
|                        | Hayır             | 110 | 5,37      | 1,86 |       |       |
| Drama                  | Evet              | 40  | 5,48      | 1,68 | 1,114 | 0,267 |
|                        | Hayır             | 110 | 5,12      | 1,75 |       |       |
| Rol Model              | Evet              | 40  | 4,93      | 1,46 | 1,083 | 0,280 |
|                        | Hayır             | 110 | 4,58      | 1,80 |       |       |
| Eğlence Değeri         | Evet              | 40  | 5,18      | 1,68 | 1,336 | 0,184 |
|                        | Hayır             | 110 | 4,75      | 1,71 |       |       |
| Sağlıklı Çevre         | Evet              | 40  | 5,85      | 1,17 | 0,786 | 0,433 |
|                        | Hayır             | 110 | 5,65      | 1,49 |       |       |
| Aile Bağları           | Evet              | 40  | 5,18      | 1,71 | 0,641 | 0,523 |
|                        | Hayır             | 110 | 4,97      | 1,71 |       |       |
| Bilgi Edinme           | Evet              | 40  | 5,20      | 1,40 | 0,946 | 0,346 |
|                        | Hayır             | 110 | 4,90      | 1,82 |       |       |
| Sporcuların Becerileri | Evet              | 40  | 5,10      | 1,69 | 0,030 | 0,976 |
|                        | Hayır             | 110 | 5,09      | 1,60 |       |       |
| Fiziksel Çekiciliği    | Evet              | 40  | 5,00      | 1,66 | 0,934 | 0,352 |
|                        | Hayır             | 110 | 4,69      | 1,84 |       |       |
| Saldırganlığın Keyfi   | Evet              | 40  | 5,23      | 1,51 | 0,178 | 0,859 |
|                        | Hayır             | 110 | 5,17      | 1,61 |       |       |

Araştırmaya FIFA Online branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin spor yapma durumuna göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

FIFA Online branşının seyircisi olan katılımcıların spor müsabakası izleme sıklığı durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t-testi sonuçları Tablo 5.23’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.23:** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Müsabakası İzleme Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Spor Müsabakası İzleme Sıklığı Durumu | N  | $\bar{X}$ | ss   | F       | p            | Fark |
|----------------|---------------------------------------|----|-----------|------|---------|--------------|------|
| Spora İlgi     | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 6,32      | 0,64 | 67,016  | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 6,02      | 0,78 |         |              | 1-4  |
|                | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 4,59      | 1,34 |         |              | 2-3  |
|                | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 2,89      | 1,50 |         |              | 2-4  |
|                | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |         |              |      |
| Kısıtlı başarı | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 5,50      | 1,13 | 36,345  | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 5,04      | 1,08 |         |              | 4-2  |
|                | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 5,24      | 1,55 |         |              | 4-3  |
|                | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 2,63      | 0,79 |         |              |      |
|                | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |         |              |      |
| Heyecan        | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 5,59      | 0,92 | 69,044  | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 5,57      | 0,74 |         |              | 1-4  |
|                | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 4,68      | 1,38 |         |              | 2-3  |
|                | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 2,56      | 0,51 |         |              | 2-4  |
|                | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |         |              |      |
| Oyuncuya ilgi  | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 5,56      | 0,75 | 133,995 | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 5,69      | 0,87 |         |              | 1-4  |
|                | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 5,03      | 1,09 |         |              | 2-3  |
|                | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 1,67      | 0,83 |         |              | 2-4  |
|                | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |         |              | 3-4  |
| Estetik        | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 6,50      | 0,62 | 89,400  | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 6,55      | 0,65 |         |              | 1-4  |
|                | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 5,97      | 1,38 |         |              | 2-3  |
|                | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 2,70      | 1,51 |         |              | 2-4  |
|                | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |         |              | 3-4  |

**Tablo 5.23 (devamı): FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Müsabakası İzleme Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar     | Spor Müsabakası İzleme Sıklığı Durumu | N  | $\bar{X}$ | ss   | F       | p            | Fark |
|------------------|---------------------------------------|----|-----------|------|---------|--------------|------|
| Sosyal Fırsatlar | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 6,56      | 0,66 | 129,614 | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 6,29      | 0,89 |         |              | 1-4  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 5,68      | 1,00 |         |              | 2-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 2,37      | 1,15 |         |              | 2-4  |
|                  | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |         |              | 3-4  |
| Drama            | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 5,94      | 0,78 | 116,311 | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 6,10      | 0,80 |         |              | 1-4  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 5,76      | 1,06 |         |              | 2-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 2,33      | 1,04 |         |              | 2-4  |
|                  | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |         |              | 3-4  |
| Rol Model        | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 5,53      | 0,99 | 50,999  | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 5,61      | 0,81 |         |              | 1-4  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 4,51      | 1,74 |         |              | 2-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 2,30      | 1,14 |         |              | 2-4  |
|                  | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |         |              | 3-4  |
| Eğlence Değeri   | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 5,91      | 0,79 | 65,035  | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 5,78      | 0,77 |         |              | 1-4  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 4,70      | 1,49 |         |              | 2-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 2,48      | 1,25 |         |              | 2-4  |
|                  | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |         |              | 3-4  |
| Sağlıklı Çevre   | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 6,32      | 0,81 | 17,579  | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 6,20      | 0,76 |         |              | 1-4  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 5,57      | 1,32 |         |              | 2-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 4,41      | 1,76 |         |              | 2-4  |
|                  | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |         |              | 3-4  |
| Aile Bağları     | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 6,18      | 0,83 | 59,912  | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 5,90      | 0,90 |         |              | 1-4  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 4,70      | 1,41 |         |              | 2-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 2,74      | 1,35 |         |              | 2-4  |
|                  | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |         |              | 3-4  |
| Bilgi Edinme     | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 5,91      | 0,87 | 78,046  | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 6,06      | 0,97 |         |              | 1-4  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 4,68      | 1,11 |         |              | 2-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 2,41      | 1,39 |         |              | 2-4  |
|                  | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |         |              | 3-4  |

**Tablo 5.23 (devamı): FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Müsabakası İzleme Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar           | Spor Müsabakası İzleme Sıklığı Durumu | N  | $\bar{X}$ | ss   | F      | p            | Fark |
|------------------------|---------------------------------------|----|-----------|------|--------|--------------|------|
| Sporcuların becerileri | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 5,71      | 0,76 | 66,732 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 5,84      | 0,85 |        |              | 4-2  |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 5,57      | 1,07 |        |              | 4-3  |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 2,63      | 1,47 |        |              |      |
|                        | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |        |              |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 5,59      | 1,10 | 54,128 | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 5,78      | 0,74 |        |              | 1-4  |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 4,73      | 1,73 |        |              | 2-3  |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 2,26      | 1,23 |        |              | 2-4  |
|                        | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |        |              | 3-4  |
| Saldırganlığın Keyfi   | Her hafta <sup>(1)</sup>              | 34 | 6,06      | 0,81 | 48,125 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup>        | 49 | 5,80      | 0,91 |        |              | 4-2  |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>               | 37 | 5,41      | 1,30 |        |              | 4-3  |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>         | 27 | 3,00      | 1,39 |        |              |      |
|                        | Hiç*                                  | 3  | 6,66      | 1,90 |        |              |      |

Araştırmaya FIFA Online branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin spor müsabakası izleme sıklığı durumuna göre farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda seyircilerden her hafta ve iki haftada bir FIFA Online branşı müsabakalarını izleyenlerin “spora ilgi” ve “heyecan” motivasyon motifleri düzeylerinin ayda bir ve yılda 1-2 defa müsabaka izleyen bireylerden daha düşük; her hafta ve iki haftada bir FIFA Online branşı müsabakalarını izleyenlerin ayda bir ve yılda 1-2 defa müsabaka izleyen bireylerden ve ayda bir izleyen bireylerin yılda 1-2 defa izleyen bireylerden “oyuncuya ilgi”, “estetik”, “sosyal fırsatlar”, “drama”, “rol model”, “eğlence değeri”, “sağlıklı çevre”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “fiziksel çekicilik” motivasyon motifleri düzeyleri daha yüksek; yılda 1-2 defa FIFA Online branşı müsabakalarına seyirci olarak katılanların “kısıtlı başarı”, “sporcu becerileri” ve “saldırganlığın keyfi” “motivasyon motifleri düzeyleri daha düşük bulunmuştur.

FIFA Online branşının seyircisi olan katılımcıların branşa oyuncu olarak katılma durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t-testi sonuçları Tablo 5.24’te gösterilmiştir.

**Tablo 5.24:** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Branşa Oyuncu Olarak Katılma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Branşa Oyuncu Olarak Katılma Durumu | N   | $\bar{X}$ | ss | t | p |
|------------------------|-------------------------------------|-----|-----------|----|---|---|
| Spora İlgi             | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Kısıtlı Başarı         | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Heyecan                | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Oyuncuya İlgi          | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Estetik                | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Sosyal Fırsatlar       | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Drama                  | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Rol Model              | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Eğlence Değeri         | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Sağlıklı Çevre         | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Aile Bağları           | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Bilgi Edinme           | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Sporcuların Becerileri | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Fiziksel Çekiciliği    | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |
| Saldırganlığın Keyfi   | Evet*                               | 5   |           |    |   |   |
|                        | Hayır                               | 145 |           |    |   |   |

\* yeterli örneklem sayısı olmadığından analize dahil edilmemiştir.

FIFA Online branşının seyircisi olan katılımcıların branşa oyuncu olarak katılma durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi yeterli örneklem olmadığından analiz gerçekleştirilememiştir.

FIFA Online branşının seyircisi olan katılımcıların son 12 ay içinde ilgi duyulan branşa seyirci olarak katılma sayısına göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t testi analizi sonuçları Tablo 5.25'te gösterilmiştir.

**Tablo 5.25:** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısı | N  | $\bar{X}$ | ss   | t       | p            |
|----------------|--------------------------------------------------------------------|----|-----------|------|---------|--------------|
| Spora İlgi     | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -8,557  | <b>0,000</b> |
|                | 1-3 defa                                                           | 38 | 3,53      | 1,66 |         |              |
|                | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 5,79      | 1,23 |         |              |
| Kısıtlı başarı | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -6,860  | <b>0,000</b> |
|                | 1-3 defa                                                           | 38 | 3,45      | 1,66 |         |              |
|                | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 5,21      | 1,17 |         |              |
| Heyecan        | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -10,791 | <b>0,000</b> |
|                | 1-3 defa                                                           | 38 | 3,21      | 1,34 |         |              |
|                | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 5,48      | 0,97 |         |              |
| Oyuncuya ilgi  | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -9,541  | <b>0,000</b> |
|                | 1-3 defa                                                           | 38 | 2,84      | 1,92 |         |              |
|                | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 5,34      | 1,04 |         |              |

**Tablo 5.25 (devamı):** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısı | N  | $\bar{X}$ | ss   | t       | p            |
|------------------|--------------------------------------------------------------------|----|-----------|------|---------|--------------|
| Estetik          | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -10,617 | <b>0,000</b> |
|                  | 1-3 defa                                                           | 38 | 3,74      | 2,16 |         |              |
|                  | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                  | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                  | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                  | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 6,47      | 0,77 |         |              |
| Sosyal Fırsatlar | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -10,194 | <b>0,000</b> |
|                  | 1-3 defa                                                           | 38 | 3,47      | 2,04 |         |              |
|                  | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                  | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                  | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                  | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 6,15      | 0,95 |         |              |
| Drama            | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -9,969  | <b>0,000</b> |
|                  | 1-3 defa                                                           | 38 | 3,42      | 1,97 |         |              |
|                  | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                  | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                  | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                  | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 5,91      | 0,88 |         |              |
| Rol Model        | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -9,418  | <b>0,000</b> |
|                  | 1-3 defa                                                           | 38 | 2,97      | 1,68 |         |              |
|                  | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                  | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                  | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                  | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 5,44      | 1,19 |         |              |
| Eğlence Değeri   | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -8,933  | <b>0,000</b> |
|                  | 1-3 defa                                                           | 38 | 3,26      | 1,72 |         |              |
|                  | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                  | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                  | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                  | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 5,58      | 1,16 |         |              |

**Tablo 5.25 (devamı):** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısı | N  | $\bar{X}$ | ss   | t       | p            |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------|----|-----------|------|---------|--------------|
| Sağlıklı Çevre         | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -4,310  | <b>0,000</b> |
|                        | 1-3 defa                                                           | 38 | 4,92      | 1,70 |         |              |
|                        | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                        | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                        | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                        | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 6,01      | 1,11 |         |              |
| Aile Bağları           | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -8,633  | <b>0,000</b> |
|                        | 1-3 defa                                                           | 38 | 3,50      | 1,77 |         |              |
|                        | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                        | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                        | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                        | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 5,75      | 1,13 |         |              |
| Bilgi Edinme           | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -10,146 | <b>0,000</b> |
|                        | 1-3 defa                                                           | 38 | 3,13      | 1,73 |         |              |
|                        | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                        | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                        | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                        | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 5,73      | 1,12 |         |              |
| Sporcuların becerileri | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -8,991  | <b>0,000</b> |
|                        | 1-3 defa                                                           | 38 | 3,50      | 1,81 |         |              |
|                        | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                        | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                        | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                        | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 5,75      | 1,01 |         |              |
| Fiziksel Çekiciliği    | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -9,311  | <b>0,000</b> |
|                        | 1-3 defa                                                           | 38 | 3,03      | 1,87 |         |              |
|                        | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                        | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                        | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                        | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 5,53      | 1,14 |         |              |
| Saldırganlığın Keyfi   | <del>0 defa *</del>                                                | 3  | -         | -    | -8,737  | <b>0,000</b> |
|                        | 1-3 defa                                                           | 38 | 3,74      | 1,75 |         |              |
|                        | <del>4-6 defa *</del>                                              | 4  | -         | -    |         |              |
|                        | <del>7-9 defa *</del>                                              | 8  | -         | -    |         |              |
|                        | <del>10-12 defa *</del>                                            | 6  | -         | -    |         |              |
|                        | 13 defadan fazla                                                   | 91 | 5,86      | 0,98 |         |              |

\* yeterli örneklem sayısı olmadığından analize dahil edilmemiştir.

Araştırmaya FIFA Online branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin son 12 ay içinde ilgi duyulan branşa seyirci olarak katılma sayısına göre farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda seyircilerden son 12 ay içinde 13 defadan fazla olarak şekilde FIFA Online müsabakasına seyirci olarak katılanların “spora ilgi”, “kısıtlı başarı”, “heyecan”, “oyuncuya ilgi”, “estetik”, “sosyal fırsatlar”, “drama”, “rol model”, “eğlence değeri”, “sağlıklı çevre”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “sporcuların becerileri”, “fiziksel çekicilik”, “saldırganlığın keyfi” motivasyon motifleri düzeylerinin son 12 ayda 1-3 defa katılanlardan daha yüksek olacak biçimde %95 güven düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).

### 5.5.3. FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Video Oyun Alışkanlıklarına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

FIFA Online branşının seyircisi olan katılımcıların haftalık video oynama saatine göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.26’da gösterilmiştir.

**Tablo 5.26:** FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Haftalık Video Oynama Saati     | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|---------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora İlgi     | 0-Saat*                         | 9  | 5,22      | 1,56 | 0,500 | 0,683 |      |
|                | 1-3 saat*                       | 5  | 6,20      | 0,84 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 5,47      | 1,35 |       |       |      |
|                | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 5,02      | 1,70 |       |       |      |
|                | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 5,15      | 1,62 |       |       |      |
|                | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 4,91      | 1,85 |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | 0-Saat*                         | 9  | 4,00      | 1,58 | 0,860 | 0,464 |      |
|                | 1-3 saat*                       | 5  | 5,60      | 0,89 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 5,11      | 1,37 |       |       |      |
|                | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 4,80      | 1,66 |       |       |      |
|                | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 4,67      | 1,76 |       |       |      |
|                | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 4,40      | 1,54 |       |       |      |
| Heyecan        | 0-Saat*                         | 9  | 5,00      | 1,94 | 0,670 | 0,572 |      |
|                | 1-3 saat*                       | 5  | 5,20      | 0,84 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 5,11      | 1,15 |       |       |      |
|                | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 4,59      | 1,62 |       |       |      |
|                | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 4,52      | 1,75 |       |       |      |
|                | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 4,74      | 1,44 |       |       |      |

**Tablo 5.26 (devamı): FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar     | Haftalık Video Oynama Saati     | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------|---------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Oyuncuya ilgi    | <del>0 Saat*</del>              | 9  | 5,11      | 2,42 | 0,226 | 0,878 |      |
|                  | <del>1-3 saat *</del>           | 5  | 5,60      | 0,55 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 4,89      | 1,33 |       |       |      |
|                  | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 4,67      | 1,72 |       |       |      |
|                  | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 4,52      | 1,97 |       |       |      |
|                  | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 4,54      | 1,84 |       |       |      |
| Estetik          | <del>0 Saat*</del>              | 9  | 5,22      | 1,72 | 0,707 | 0,549 |      |
|                  | <del>1-3 saat *</del>           | 5  | 6,80      | 0,45 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 6,11      | 1,41 |       |       |      |
|                  | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 5,67      | 1,91 |       |       |      |
|                  | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 5,33      | 1,96 |       |       |      |
|                  | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 5,54      | 1,99 |       |       |      |
| Sosyal Fırsatlar | <del>0 Saat*</del>              | 9  | 5,89      | 1,69 | 1,752 | 0,160 |      |
|                  | <del>1-3 saat *</del>           | 5  | 6,60      | 0,89 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 6,21      | 1,13 |       |       |      |
|                  | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 5,24      | 1,82 |       |       |      |
|                  | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 5,09      | 2,04 |       |       |      |
|                  | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 5,23      | 1,88 |       |       |      |
| Drama            | <del>0 Saat*</del>              | 9  | 5,22      | 2,22 | 1,217 | 0,306 |      |
|                  | <del>1-3 saat *</del>           | 5  | 6,40      | 0,89 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 5,63      | 1,50 |       |       |      |
|                  | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 5,14      | 1,66 |       |       |      |
|                  | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 4,76      | 1,87 |       |       |      |
|                  | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 5,34      | 1,75 |       |       |      |
| Rol Model        | <del>0 Saat*</del>              | 9  | 4,89      | 1,76 | 0,273 | 0,845 |      |
|                  | <del>1-3 saat *</del>           | 5  | 5,80      | 0,45 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 4,74      | 1,56 |       |       |      |
|                  | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 4,45      | 1,67 |       |       |      |
|                  | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 4,64      | 1,83 |       |       |      |
|                  | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 4,77      | 1,86 |       |       |      |
| Eğlence Değeri   | <del>0 Saat*</del>              | 9  | 4,67      | 1,87 | 0,749 | 0,525 |      |
|                  | <del>1-3 saat *</del>           | 5  | 6,20      | 0,84 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 5,37      | 1,16 |       |       |      |
|                  | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 4,80      | 1,94 |       |       |      |
|                  | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 4,70      | 1,78 |       |       |      |
|                  | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 4,71      | 1,56 |       |       |      |

**Tablo 5.26 (devamı): FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar           | Haftalık Video Oynama Saati     | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------------|---------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Sağlıklı Çevre         | 0-Saat*                         | 9  | 4,78      | 2,05 | 0,464 | 0,708 |      |
|                        | 1-3 saat *                      | 5  | 6,20      | 0,84 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 5,84      | 1,38 |       |       |      |
|                        | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 5,59      | 1,58 |       |       |      |
|                        | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 5,94      | 1,34 |       |       |      |
|                        | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 5,71      | 1,02 |       |       |      |
| Aile Bağları           | 0-Saat*                         | 9  | 5,00      | 1,87 | 1,355 | 0,259 |      |
|                        | 1-3 saat *                      | 5  | 5,60      | 0,89 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 5,74      | 0,99 |       |       |      |
|                        | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 4,92      | 1,69 |       |       |      |
|                        | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 4,82      | 1,86 |       |       |      |
|                        | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 4,91      | 1,90 |       |       |      |
| Bilgi Edinme           | 0-Saat*                         | 9  | 5,22      | 1,64 | 2,674 | 0,051 |      |
|                        | 1-3 saat *                      | 5  | 5,80      | 0,84 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 5,95      | 0,97 |       |       |      |
|                        | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 4,86      | 1,74 |       |       |      |
|                        | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 4,76      | 1,82 |       |       |      |
|                        | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 4,66      | 1,86 |       |       |      |
| Sporcuların Becerileri | 0-Saat*                         | 9  | 5,11      | 1,69 | 1,678 | 0,175 |      |
|                        | 1-3 saat *                      | 5  | 6,20      | 0,84 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 5,74      | 1,19 |       |       |      |
|                        | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 5,10      | 1,69 |       |       |      |
|                        | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 4,73      | 1,55 |       |       |      |
|                        | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 4,91      | 1,77 |       |       |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | 0-Saat*                         | 9  | 4,22      | 1,72 | 0,423 | 0,737 |      |
|                        | 1-3 saat *                      | 5  | 6,20      | 0,84 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 5,16      | 1,21 |       |       |      |
|                        | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 4,61      | 1,86 |       |       |      |
|                        | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 4,79      | 2,03 |       |       |      |
|                        | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 4,71      | 1,81 |       |       |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | 0-Saat*                         | 9  | 5,22      | 1,20 | 1,502 | 0,217 |      |
|                        | 1-3 saat *                      | 5  | 6,20      | 0,84 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(1)</sup>         | 19 | 5,79      | 1,03 |       |       |      |
|                        | 7-9 saat <sup>(2)</sup>         | 49 | 5,20      | 1,53 |       |       |      |
|                        | 10-12 saat <sup>(3)</sup>       | 33 | 5,00      | 1,77 |       |       |      |
|                        | 13 saatten fazla <sup>(4)</sup> | 35 | 4,86      | 1,80 |       |       |      |

Araştırmaya FIFA Online branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin haftalık video oynama saatine göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

FIFA Online branşının seyircisi olan katılımcıların video oyun oynama süresine göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.27’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.27: FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Video Oyun Oynama Süresine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar   | Video Oyun Oynama Süresi           | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p            | Fark |
|----------------|------------------------------------|----|-----------|------|-------|--------------|------|
| Spora İlgi     | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 5,75      | 0,96 | 6,247 | <b>0,001</b> | 1-4  |
|                | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 5,33      | 1,86 |       |              | 2-3  |
|                | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 5,60      | 0,55 |       |              | 2-4  |
|                | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,51      | 1,54 |       |              |      |
|                | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 5,72      | 1,41 |       |              |      |
|                | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 4,52      | 1,71 |       |              |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,34      | 1,76 |       |              |      |
| Kısıtlı başarı | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 4,00      | 1,41 | 2,100 | 0,103        |      |
|                | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 4,33      | 1,86 |       |              |      |
|                | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 5,20      | 1,30 |       |              |      |
|                | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,08      | 1,48 |       |              |      |
|                | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 4,81      | 1,45 |       |              |      |
|                | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 4,13      | 1,78 |       |              |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,72      | 1,71 |       |              |      |
| Heyecan        | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 5,25      | 2,36 | 1,873 | 0,137        |      |
|                | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 4,83      | 1,60 |       |              |      |
|                | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 6,00      | 0,71 |       |              |      |
|                | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,05      | 1,23 |       |              |      |
|                | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 4,75      | 1,56 |       |              |      |
|                | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 4,26      | 1,69 |       |              |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,41      | 1,64 |       |              |      |
| Oyuncuya ilgi  | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 5,00      | 2,71 | 3,777 | <b>0,012</b> | 1-3  |
|                | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 4,50      | 1,87 |       |              |      |
|                | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 5,80      | 0,84 |       |              |      |
|                | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,18      | 1,52 |       |              |      |
|                | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 4,92      | 1,54 |       |              |      |
|                | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 3,87      | 1,77 |       |              |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,45      | 2,10 |       |              |      |
| Estetik        | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 5,25      | 2,22 | 2,999 | <b>0,033</b> | 1-4  |
|                | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 5,50      | 1,76 |       |              |      |
|                | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 6,80      | 0,45 |       |              |      |
|                | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 6,26      | 1,21 |       |              |      |
|                | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 5,50      | 1,87 |       |              |      |
|                | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 5,55      | 2,06 |       |              |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,93      | 2,19 |       |              |      |

**Tablo 5.27 (devamı): FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Video Oyun Oynama Süresine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar     | Video Oyun Oynama Süresi           | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p            | Fark |
|------------------|------------------------------------|----|-----------|------|-------|--------------|------|
| Sosyal Fırsatlar | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 6,00      | 2,00 | 3,067 | <b>0,030</b> | 1-3  |
|                  | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 6,00      | 1,55 |       |              |      |
|                  | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 6,00      | 1,00 |       |              |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,92      | 1,60 |       |              |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 5,31      | 1,85 |       |              |      |
|                  | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 4,61      | 1,98 |       |              |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 5,41      | 1,80 |       |              |      |
| Drama            | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 4,75      | 2,50 | 1,887 | 0,135        |      |
|                  | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 5,67      | 1,97 |       |              |      |
|                  | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 6,60      | 0,55 |       |              |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,62      | 1,46 |       |              |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 5,25      | 1,63 |       |              |      |
|                  | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 4,87      | 1,88 |       |              |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,72      | 1,91 |       |              |      |
| Rol Model        | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 5,25      | 0,50 | 4,409 | <b>0,005</b> | 1-4  |
|                  | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 5,00      | 2,00 |       |              |      |
|                  | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 5,00      | 0,00 |       |              |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,31      | 1,20 |       |              |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 4,69      | 1,70 |       |              |      |
|                  | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 3,84      | 1,95 |       |              |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,48      | 1,96 |       |              |      |
| Eğlence Değeri   | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 4,75      | 1,89 | 2,000 | 0,117        |      |
|                  | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 4,83      | 1,94 |       |              |      |
|                  | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 6,00      | 0,71 |       |              |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,33      | 1,49 |       |              |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 4,86      | 1,57 |       |              |      |
|                  | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 4,42      | 1,91 |       |              |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,55      | 1,88 |       |              |      |
| Sağlıklı Çevre   | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 4,75      | 2,63 | 3,327 | <b>0,022</b> | 1-3  |
|                  | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 5,50      | 1,87 |       |              |      |
|                  | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 6,00      | 0,71 |       |              |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 6,15      | 1,16 |       |              |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 5,83      | 1,08 |       |              |      |
|                  | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 5,16      | 1,55 |       |              |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 5,62      | 1,57 |       |              |      |
| Aile Bağları     | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 5,25      | 2,36 | 1,697 | 0,171        |      |
|                  | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 5,00      | 1,26 |       |              |      |
|                  | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 6,40      | 0,55 |       |              |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,31      | 1,56 |       |              |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 5,19      | 1,56 |       |              |      |
|                  | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 4,48      | 1,88 |       |              |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,76      | 1,88 |       |              |      |

**Tablo 5.27 (devamı): FIFA Online Branşının Seyircisi Olan Video Oyun Oynama Süresine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar           | Video Oyun Oynama Süresi           | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p            | Fark |
|------------------------|------------------------------------|----|-----------|------|-------|--------------|------|
| Bilgi Edinme           | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 5,50      | 2,38 | 3,059 | <b>0,031</b> | 1-3  |
|                        | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 5,17      | 0,75 |       |              |      |
|                        | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 5,40      | 0,89 |       |              |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,36      | 1,65 |       |              |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 5,25      | 1,57 |       |              |      |
|                        | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 4,23      | 1,50 |       |              |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,76      | 2,15 |       |              |      |
| Sporcuların Becerileri | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 5,50      | 2,38 | 3,355 | <b>0,021</b> | 1-3  |
|                        | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 5,33      | 1,37 |       |              |      |
|                        | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 5,80      | 0,84 |       |              |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,21      | 1,24 |       |              |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 5,56      | 1,58 |       |              |      |
|                        | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 4,35      | 1,66 |       |              |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,93      | 1,93 |       |              |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 4,50      | 2,08 | 2,143 | 0,098        |      |
|                        | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 4,33      | 1,97 |       |              |      |
|                        | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 5,00      | 0,00 |       |              |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,10      | 1,47 |       |              |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 5,08      | 1,32 |       |              |      |
|                        | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 4,71      | 2,16 |       |              |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,10      | 2,24 |       |              |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | <del>0 ay</del> <sup>(1)*</sup>    | 4  | 5,50      | 1,29 | 2,676 | <b>0,050</b> | 1-4  |
|                        | <del>1-6 ay</del> <sup>(2)*</sup>  | 6  | 5,50      | 1,38 |       |              |      |
|                        | <del>6-12 ay</del> <sup>(3)*</sup> | 5  | 5,80      | 0,84 |       |              |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(1)</sup>            | 39 | 5,62      | 1,50 |       |              |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(2)</sup>            | 36 | 5,19      | 1,49 |       |              |      |
|                        | 48-60 ay <sup>(3)</sup>            | 31 | 5,06      | 1,61 |       |              |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(4)</sup> | 29 | 4,52      | 1,81 |       |              |      |

Araştırmaya FIFA Online branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin video oyun oynama süresine göre farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda 12-24 aydır video oyun oynayan FIFA Online branşı seyircilerinin 60 ay ve daha fazla süredir video oyun oynayanlardan, 24-48 aydan bu yana video oyun oynayan seyircilerin 48-60 ay ve 60 ay ve daha fazla süredir video oyun oynayanlardan “spora ilgi” motivasyon motifleri düzeyleri daha yüksek; 12-24 aydır video oyun oynayan FIFA Online seyircilerinin 48-60 aydan bu yana video oyun oynayanlardan “oyuncuya ilgi”, “sosyal fırsatlar”, “sağlıklı çevre”, “bilgi edinme”, “sporcuların becerileri” motivasyon motifleri düzeyleri daha yüksek; 12-24 aydır video oyun oynayan FIFA Online seyircilerinin 60 ay ve daha fazla süredir video oyun oynayanlardan “estetik” ve “rol model” motivasyon motifleri düzeyleri daha yüksek olacak biçimde %95 güven düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).

## 5.6. LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Tanıtıcı Özelliklerine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

### 5.6.1. LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

LOL branşının seyircisi olan katılımcıların cinsiyete göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t-testi sonuçları Tablo 5.28’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.28:** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Cinsiyete Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Cinsiyet | N   | $\bar{X}$ | ss   | t      | p     |
|------------------------|----------|-----|-----------|------|--------|-------|
| Spora İlgi             | Erkek    | 115 | 4,98      | 1,59 | -0,330 | 0,742 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,09      | 1,72 |        |       |
| Kısıtlı Başarı         | Erkek    | 115 | 4,50      | 1,43 | -1,157 | 0,249 |
|                        | Kadın    | 35  | 4,83      | 1,50 |        |       |
| Heyecan                | Erkek    | 115 | 4,72      | 1,42 | 0,027  | 0,978 |
|                        | Kadın    | 35  | 4,71      | 1,41 |        |       |
| Oyuncuya İlgi          | Erkek    | 115 | 4,76      | 1,42 | 0,049  | 0,961 |
|                        | Kadın    | 35  | 4,74      | 1,50 |        |       |
| Estetik                | Erkek    | 115 | 5,60      | 1,44 | -1,618 | 0,108 |
|                        | Kadın    | 35  | 6,03      | 1,12 |        |       |
| Sosyal Fırsatlar       | Erkek    | 115 | 5,50      | 1,21 | -0,442 | 0,659 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,60      | 1,26 |        |       |
| Drama                  | Erkek    | 115 | 5,29      | 1,47 | -0,517 | 0,606 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,43      | 1,24 |        |       |
| Rol Model              | Erkek    | 115 | 4,70      | 1,53 | 0,755  | 0,451 |
|                        | Kadın    | 35  | 4,49      | 1,40 |        |       |
| Eğlence Değeri         | Erkek    | 115 | 4,76      | 1,70 | -0,225 | 0,822 |
|                        | Kadın    | 35  | 4,83      | 1,50 |        |       |
| Sağlıklı Çevre         | Erkek    | 115 | 5,67      | 1,56 | -0,854 | 0,395 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,91      | 1,20 |        |       |
| Aile Bağları           | Erkek    | 115 | 5,02      | 1,43 | 0,481  | 0,631 |
|                        | Kadın    | 35  | 4,89      | 1,37 |        |       |
| Bilgi Edinme           | Erkek    | 115 | 5,77      | 1,35 | 0,445  | 0,657 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,66      | 1,39 |        |       |
| Sporcuların Becerileri | Erkek    | 115 | 5,10      | 1,40 | -0,377 | 0,706 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,20      | 1,55 |        |       |
| Fiziksel Çekiciliği    | Erkek    | 115 | 4,83      | 1,59 | 1,732  | 0,085 |
|                        | Kadın    | 35  | 4,29      | 1,81 |        |       |
| Saldırganlığın Keyfi   | Erkek    | 115 | 5,22      | 1,49 | 0,364  | 0,717 |
|                        | Kadın    | 35  | 5,11      | 1,41 |        |       |

Araştırmaya LOL branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin cinsiyete göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği

belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

LOL branşının seyircisi olan katılımcıların yaşa göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t testi sonuçları Tablo 5.29’da gösterilmiştir.

**Tablo 5.29:** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Yaşa Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Yaş                      | N  | $\bar{X}$ | ss    | t      | p     |
|------------------|--------------------------|----|-----------|-------|--------|-------|
| Spora İlgi       | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 5,02      | 1,718 | 0,059  | 0,953 |
|                  | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 5,00      | 1,548 |        |       |
|                  | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Kısıtlı başarı   | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 4,63      | 1,569 | 0,393  | 0,695 |
|                  | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 4,54      | 1,371 |        |       |
|                  | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Heyecan          | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 4,79      | 1,439 | 0,543  | 0,588 |
|                  | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 4,67      | 1,395 |        |       |
|                  | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Oyuncuya ilgi    | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 4,83      | 1,374 | 0,523  | 0,602 |
|                  | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 4,70      | 1,479 |        |       |
|                  | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Estetik          | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 5,68      | 1,305 | -0,131 | 0,896 |
|                  | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 5,71      | 1,438 |        |       |
|                  | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Sosyal Fırsatlar | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 5,60      | 1,144 | 0,710  | 0,479 |
|                  | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 5,46      | 1,274 |        |       |
|                  | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Drama            | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 5,59      | 1,253 | 1,787  | 0,059 |
|                  | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 5,13      | 1,500 |        |       |
|                  | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Rol Model        | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 4,75      | 1,344 | 0,644  | 0,521 |
|                  | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 4,59      | 1,603 |        |       |
|                  | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Eğlence Değeri   | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 4,65      | 1,667 | -0,772 | 0,441 |
|                  | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 4,86      | 1,644 |        |       |
|                  | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Sağlıklı Çevre   | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 5,65      | 1,427 | -0,532 | 0,596 |
|                  | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 5,78      | 1,528 |        |       |
|                  | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |

**Tablo 5.29 (devamı):** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Yaşa Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Yaş                      | N  | $\bar{X}$ | ss    | t      | p     |
|------------------------|--------------------------|----|-----------|-------|--------|-------|
| Aile Bağları           | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 5,10      | 1,422 | 0,799  | 0,425 |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 4,91      | 1,411 |        |       |
|                        | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Bilgi Edinme           | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 5,86      | 1,162 | 0,848  | 0,398 |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 5,67      | 1,484 |        |       |
|                        | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Sporcuların becerileri | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 5,29      | 1,337 | 1,211  | 0,228 |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 5,00      | 1,486 |        |       |
|                        | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Fiziksel Çekiciliği    | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 4,63      | 1,589 | -0,451 | 0,653 |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 4,76      | 1,705 |        |       |
|                        | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |
| Saldırganlığın Keyfi   | 18-24 yaş <sup>(1)</sup> | 63 | 5,13      | 1,540 | -0,471 | 0,638 |
|                        | 25-33 yaş <sup>(2)</sup> | 87 | 5,24      | 1,414 |        |       |
|                        | <del>34-42 yaş*</del>    | 0  | -         | -     |        |       |

Araştırmaya LOL branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin yaşa göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

LOL branşının seyircisi olan katılımcıların eğitim durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.30’da gösterilmiştir.

**Tablo 5.30:** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Eğitim Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora İlgi     | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 4,93      | 1,79 | 0,781 | 0,565 |      |
|                | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 5,23      | 1,54 |       |       |      |
|                | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 4,95      | 1,76 |       |       |      |
|                | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 4,61      | 1,64 |       |       |      |
|                | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 5,54      | 0,97 |       |       |      |
|                | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 5,09      | 1,45 |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 4,39      | 1,58 | 0,616 | 0,688 |      |
|                | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 4,60      | 1,42 |       |       |      |
|                | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 4,55      | 1,57 |       |       |      |
|                | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 4,68      | 1,54 |       |       |      |
|                | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 5,15      | 0,99 |       |       |      |
|                | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 4,36      | 1,12 |       |       |      |

**Tablo 5.30 (devamı):** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Eğitim Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------|------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Heyecan          | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 4,73      | 1,45 | 0,155 | 0,978 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 4,66      | 1,21 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 4,86      | 1,55 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 4,71      | 1,49 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 4,85      | 1,46 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 4,45      | 1,57 |       |       |      |
| Oyuncuya ilgi    | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 4,54      | 1,52 | 0,912 | 0,475 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 5,06      | 1,19 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 4,45      | 1,71 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 4,79      | 1,40 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 5,15      | 1,07 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 4,64      | 1,69 |       |       |      |
| Estetik          | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 5,73      | 1,47 | 1,267 | 0,281 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 6,00      | 1,06 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 5,73      | 1,52 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 5,64      | 1,22 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 5,62      | 1,12 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 4,82      | 2,09 |       |       |      |
| Sosyal Fırsatlar | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 5,49      | 1,21 | 1,155 | 0,335 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 5,54      | 1,09 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 5,41      | 1,50 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 5,54      | 1,10 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 6,15      | 0,80 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 5,00      | 1,61 |       |       |      |
| Drama            | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 5,44      | 1,36 | 1,326 | 0,256 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 5,40      | 1,40 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 5,23      | 1,54 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 5,21      | 1,47 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 5,85      | 0,99 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 4,45      | 1,57 |       |       |      |
| Rol Model        | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 4,80      | 1,44 | 1,075 | 0,377 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 4,63      | 1,40 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 4,59      | 1,82 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 4,21      | 1,34 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 5,31      | 1,03 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 4,64      | 2,06 |       |       |      |
| Eğlence Değeri   | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 4,93      | 1,65 | 0,699 | 0,625 |      |
|                  | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 4,46      | 1,74 |       |       |      |
|                  | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 4,77      | 2,05 |       |       |      |
|                  | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 4,71      | 1,46 |       |       |      |
|                  | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 5,38      | 0,65 |       |       |      |
|                  | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 4,64      | 1,86 |       |       |      |

**Tablo 5.30 (devamı):** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Eğitim Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------------|------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Sağlıklı Çevre         | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 5,56      | 1,50 | 1,010 | 0,414 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 5,97      | 1,36 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 5,59      | 1,53 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 5,61      | 1,50 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 6,38      | 1,04 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 5,36      | 2,01 |       |       |      |
| Aile Bağları           | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 5,07      | 1,37 | 0,438 | 0,821 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 5,14      | 1,59 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 4,86      | 1,73 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 4,86      | 1,15 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 5,15      | 1,21 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 4,55      | 1,29 |       |       |      |
| Bilgi Edinme           | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 5,59      | 1,36 | 0,784 | 0,563 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 6,03      | 1,22 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 5,50      | 1,54 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 5,61      | 1,59 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 6,00      | 1,00 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 6,00      | 1,10 |       |       |      |
| Sporcuların becerileri | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 5,00      | 1,53 | 0,526 | 0,757 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 5,23      | 1,48 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 5,18      | 1,22 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 4,96      | 1,64 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 5,62      | 0,96 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 4,91      | 1,22 |       |       |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 4,63      | 1,56 | 0,248 | 0,940 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 4,63      | 1,61 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 4,82      | 1,89 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 4,64      | 1,75 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 5,15      | 1,68 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 4,64      | 1,63 |       |       |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | İlköğretim <sup>(1)</sup>    | 41 | 4,71      | 1,65 | 0,195 | 0,964 |      |
|                        | Lise <sup>(2)</sup>          | 35 | 5,31      | 1,57 |       |       |      |
|                        | Önlisans <sup>(3)</sup>      | 22 | 5,05      | 1,25 |       |       |      |
|                        | Lisans <sup>(4)</sup>        | 28 | 5,25      | 1,46 |       |       |      |
|                        | Yüksek Lisans <sup>(5)</sup> | 13 | 5,38      | 0,96 |       |       |      |
|                        | Doktora <sup>(6)</sup>       | 11 | 5,18      | 1,54 |       |       |      |

Araştırmaya LOL branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin eğitim durumuna göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

LOL branşının seyircisi olan katılımcıların çalışma durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklem için t-testi sonuçları Tablo 5.31’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.31:** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Çalışma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Çalışma Durumu | N  | $\bar{X}$ | ss   | t      | p     |
|------------------------|----------------|----|-----------|------|--------|-------|
| Spora İlgi             | Evet           | 65 | 5,09      | 1,63 | 0,566  | 0,572 |
|                        | Hayır          | 85 | 4,94      | 1,61 |        |       |
| Kısıtlı Başarı         | Evet           | 65 | 4,51      | 1,37 | -0,532 | 0,596 |
|                        | Hayır          | 85 | 4,64      | 1,52 |        |       |
| Heyecan                | Evet           | 65 | 4,60      | 1,53 | -0,911 | 0,364 |
|                        | Hayır          | 85 | 4,81      | 1,31 |        |       |
| Oyuncuya İlgi          | Evet           | 65 | 4,72      | 1,59 | -0,225 | 0,822 |
|                        | Hayır          | 85 | 4,78      | 1,31 |        |       |
| Estetik                | Evet           | 65 | 5,55      | 1,53 | -1,136 | 0,258 |
|                        | Hayır          | 85 | 5,81      | 1,25 |        |       |
| Sosyal Fırsatlar       | Evet           | 65 | 5,34      | 1,23 | -1,603 | 0,111 |
|                        | Hayır          | 85 | 5,66      | 1,20 |        |       |
| Drama                  | Evet           | 65 | 5,11      | 1,49 | -1,615 | 0,108 |
|                        | Hayır          | 85 | 5,48      | 1,34 |        |       |
| Rol Model              | Evet           | 65 | 4,58      | 1,62 | -0,490 | 0,625 |
|                        | Hayır          | 85 | 4,71      | 1,40 |        |       |
| Eğlence Değeri         | Evet           | 65 | 4,95      | 1,63 | 1,172  | 0,243 |
|                        | Hayır          | 85 | 4,64      | 1,66 |        |       |
| Sağlıklı Çevre         | Evet           | 65 | 5,80      | 1,52 | 0,528  | 0,598 |
|                        | Hayır          | 85 | 5,67      | 1,46 |        |       |
| Aile Bağları           | Evet           | 65 | 5,06      | 1,38 | 0,566  | 0,572 |
|                        | Hayır          | 85 | 4,93      | 1,45 |        |       |
| Bilgi Edinme           | Evet           | 65 | 5,74      | 1,46 | -0,065 | 0,949 |
|                        | Hayır          | 85 | 5,75      | 1,28 |        |       |
| Sporcuların Becerileri | Evet           | 65 | 5,14      | 1,59 | 0,138  | 0,890 |
|                        | Hayır          | 85 | 5,11      | 1,30 |        |       |
| Fiziksel Çekiciliği    | Evet           | 65 | 4,74      | 1,65 | 0,205  | 0,838 |
|                        | Hayır          | 85 | 4,68      | 1,66 |        |       |
| Saldırganlığın Keyfi   | Evet           | 65 | 5,12      | 1,46 | -0,513 | 0,609 |
|                        | Hayır          | 85 | 5,25      | 1,47 |        |       |

Araştırmaya LOL branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin çalışma durumuna göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

LOL branşının seyircisi olan katılımcıların gelir durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü

varyans analizi sonuçları Tablo 5.32’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.32:** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Gelir Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|-----------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora İlgi     | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 4,94      | 1,61 | 0,578 | 0,562 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 4,79      | 2,02 |       |       |      |
|                | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 5,10      | 0,99 |       |       |      |
|                | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 5,70      | 0,95 |       |       |      |
|                | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 4,56      | 2,30 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 5,20      | 0,84 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 5,00      |      |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 5,45      | 1,57 |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 4,67      | 1,53 | 0,103 | 0,902 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 4,68      | 1,57 |       |       |      |
|                | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 4,10      | 1,29 |       |       |      |
|                | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 4,50      | 1,35 |       |       |      |
|                | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 4,22      | 1,48 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 4,60      | 0,55 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 5,00      |      |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 4,45      | 1,37 |       |       |      |
| Heyecan        | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 4,80      | 1,31 | 0,308 | 0,736 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 4,53      | 1,78 |       |       |      |
|                | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 4,20      | 1,62 |       |       |      |
|                | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 5,00      | 1,25 |       |       |      |
|                | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 4,11      | 1,76 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 5,20      | 0,84 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 6,00      |      |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 4,82      | 1,40 |       |       |      |
| Oyuncuya ilgi  | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 4,76      | 1,31 | 0,489 | 0,615 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 4,42      | 1,46 |       |       |      |
|                | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 4,40      | 1,26 |       |       |      |
|                | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 5,30      | 1,42 |       |       |      |
|                | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 4,33      | 2,00 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 5,80      | 0,45 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 6,00      |      |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 4,82      | 2,09 |       |       |      |
| Estetik        | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 5,80      | 1,24 | 0,367 | 0,693 |      |
|                | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 5,53      | 1,35 |       |       |      |
|                | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 5,70      | 1,83 |       |       |      |
|                | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 5,50      | 1,51 |       |       |      |
|                | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 5,33      | 1,94 |       |       |      |
|                | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 5,80      | 0,84 |       |       |      |
|                | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 6,00      |      |       |       |      |
|                | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 5,64      | 1,86 |       |       |      |

**Tablo 5.32 (devamı):** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Gelir Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------|-----------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Sosyal Fırsatlar | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 5,68      | 1,21 | 0,821 | 0,442 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 5,32      | 1,00 |       |       |      |
|                  | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 4,80      | 1,14 |       |       |      |
|                  | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 5,20      | 0,79 |       |       |      |
|                  | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 5,33      | 1,66 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 5,40      | 0,55 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 5,00      |      |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 5,82      | 1,72 |       |       |      |
| Drama            | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 5,51      | 1,35 | 0,459 | 0,633 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 5,47      | 1,12 |       |       |      |
|                  | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 4,00      | 1,41 |       |       |      |
|                  | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 5,00      | 1,25 |       |       |      |
|                  | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 5,11      | 2,09 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 5,60      | 0,89 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 6,00      |      |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 5,09      | 1,70 |       |       |      |
| Rol Model        | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 4,73      | 1,41 | 0,200 | 0,819 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 4,63      | 1,26 |       |       |      |
|                  | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 4,00      | 1,89 |       |       |      |
|                  | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 4,70      | 1,49 |       |       |      |
|                  | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 4,56      | 2,35 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 5,20      | 1,10 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 5,00      |      |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 4,45      | 1,75 |       |       |      |
| Eğlence Değeri   | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 4,67      | 1,69 | 0,853 | 0,429 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 5,21      | 1,78 |       |       |      |
|                  | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 4,50      | 1,72 |       |       |      |
|                  | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 4,60      | 0,84 |       |       |      |
|                  | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 4,78      | 1,99 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 5,20      | 0,84 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 5,00      |      |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 5,00      | 1,90 |       |       |      |
| Sağlıklı Çevre   | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 5,67      | 1,46 | 0,059 | 0,942 |      |
|                  | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 5,79      | 1,23 |       |       |      |
|                  | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 5,80      | 1,93 |       |       |      |
|                  | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 5,90      | 1,60 |       |       |      |
|                  | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 5,56      | 1,88 |       |       |      |
|                  | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 6,40      | 0,89 |       |       |      |
|                  | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 6,00      |      |       |       |      |
|                  | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 5,64      | 1,75 |       |       |      |

**Tablo 5.32 (devamı):** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Gelir Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Gelir Durumu                | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------------|-----------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Aile Bağları           | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 4,94      | 1,45 | 0,436 | 0,647 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 5,00      | 1,20 |       |       |      |
|                        | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 4,60      | 1,43 |       |       |      |
|                        | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 5,20      | 1,40 |       |       |      |
|                        | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 4,67      | 1,80 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 5,40      | 0,89 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 7,00      |      |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 5,36      | 1,43 |       |       |      |
| Bilgi Edinme           | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 5,74      | 1,27 | 1,171 | 0,314 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 5,53      | 1,54 |       |       |      |
|                        | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 5,10      | 1,66 |       |       |      |
|                        | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 5,90      | 1,29 |       |       |      |
|                        | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 5,78      | 1,99 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 6,20      | 0,84 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 7,00      |      |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 6,27      | 1,01 |       |       |      |
| Sporcuların becerileri | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 5,12      | 1,29 | 0,642 | 0,528 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 5,32      | 1,57 |       |       |      |
|                        | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 4,90      | 1,85 |       |       |      |
|                        | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 5,00      | 1,25 |       |       |      |
|                        | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 5,11      | 2,09 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 6,20      | 0,84 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 4,00      |      |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 4,73      | 1,62 |       |       |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 4,68      | 1,66 | 1,477 | 0,233 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 4,21      | 1,55 |       |       |      |
|                        | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 4,20      | 1,62 |       |       |      |
|                        | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 5,20      | 1,69 |       |       |      |
|                        | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 4,78      | 2,05 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 5,40      | 0,89 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 6,00      |      |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 5,27      | 1,68 |       |       |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | 0-1000 TL <sup>(1)</sup>    | 85 | 5,21      | 1,49 | 0,159 | 0,853 |      |
|                        | 1001-2000 TL <sup>(2)</sup> | 19 | 5,05      | 1,54 |       |       |      |
|                        | <del>2001-3000 TL *</del>   | 10 | 4,70      | 1,70 |       |       |      |
|                        | <del>3001-4000 TL *</del>   | 10 | 5,60      | 1,43 |       |       |      |
|                        | <del>4001-5000 TL *</del>   | 9  | 5,22      | 0,83 |       |       |      |
|                        | <del>5001-6000 TL *</del>   | 5  | 6,20      | 0,84 |       |       |      |
|                        | <del>6001-7000 TL *</del>   | 1  | 4,00      |      |       |       |      |
|                        | 7001-8000 TL <sup>(3)</sup> | 11 | 5,00      | 1,61 |       |       |      |

\* yeterli örneklem sayısı olmadığından analize dahil edilmemiştir.

Araştırmaya LOL branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin aylık gelir durumuna göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

### 5.6.2. LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor ve Seyirci Olma ile İlgili Alışkanlıklarına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

LOL branşının seyircisi olan katılımcıların spor yapma durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklemeler için t-testi sonuçları Tablo 5.33’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.33:** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Yapma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Spor Yapma Durumu | N  | $\bar{X}$ | ss   | t      | p     |
|------------------------|-------------------|----|-----------|------|--------|-------|
| Spora İlgi             | Evet              | 77 | 4,87      | 1,66 | -1,063 | 0,289 |
|                        | Hayır             | 73 | 5,15      | 1,57 |        |       |
| Kısıtlı Başarı         | Evet              | 77 | 4,48      | 1,45 | -0,860 | 0,391 |
|                        | Hayır             | 73 | 4,68      | 1,46 |        |       |
| Heyecan                | Evet              | 77 | 4,57      | 1,50 | -1,329 | 0,186 |
|                        | Hayır             | 73 | 4,88      | 1,30 |        |       |
| Oyuncuya İlgi          | Evet              | 77 | 4,60      | 1,57 | -1,373 | 0,172 |
|                        | Hayır             | 73 | 4,92      | 1,27 |        |       |
| Estetik                | Evet              | 77 | 5,57      | 1,55 | -1,174 | 0,242 |
|                        | Hayır             | 73 | 5,84      | 1,17 |        |       |
| Sosyal Fırsatlar       | Evet              | 77 | 5,38      | 1,29 | -1,485 | 0,140 |
|                        | Hayır             | 73 | 5,67      | 1,13 |        |       |
| Drama                  | Evet              | 77 | 5,23      | 1,50 | -0,765 | 0,445 |
|                        | Hayır             | 73 | 5,41      | 1,32 |        |       |
| Rol Model              | Evet              | 77 | 4,52      | 1,59 | -1,126 | 0,262 |
|                        | Hayır             | 73 | 4,79      | 1,38 |        |       |
| Eğlence Değeri         | Evet              | 77 | 4,68      | 1,68 | -1,661 | 0,125 |
|                        | Hayır             | 73 | 5,08      | 1,57 |        |       |
| Sağlıklı Çevre         | Evet              | 77 | 5,56      | 1,67 | -1,432 | 0,154 |
|                        | Hayır             | 73 | 5,90      | 1,24 |        |       |
| Aile Bağları           | Evet              | 77 | 4,81      | 1,52 | -1,623 | 0,107 |
|                        | Hayır             | 73 | 5,18      | 1,27 |        |       |
| Bilgi Edinme           | Evet              | 77 | 5,69      | 1,56 | -0,540 | 0,590 |
|                        | Hayır             | 73 | 5,81      | 1,11 |        |       |
| Sporcuların Becerileri | Evet              | 77 | 4,95      | 1,57 | -1,521 | 0,130 |
|                        | Hayır             | 73 | 5,30      | 1,24 |        |       |
| Fiziksel Çekiciliği    | Evet              | 77 | 4,52      | 1,64 | -1,429 | 0,155 |
|                        | Hayır             | 73 | 4,90      | 1,66 |        |       |
| Saldırganlığın Keyfi   | Evet              | 77 | 5,03      | 1,50 | -1,443 | 0,151 |
|                        | Hayır             | 73 | 5,37      | 1,41 |        |       |

Araştırmaya LOL branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin spor yapma durumuna göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

LOL branşının seyircisi olan katılımcıların spor müsabakası izleme durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.34’da gösterilmiştir.

**Tablo 5.34:** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Müsabakası İzleme Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Spor Müsabakası İzleme Durumu  | N  | $\bar{X}$ | ss   | F      | p            | Fark |
|------------------|--------------------------------|----|-----------|------|--------|--------------|------|
| Spora İlgi       | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 5,59      | 1,19 | 39,095 | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 5,88      | 0,95 |        |              | 1-4  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 4,03      | 1,48 |        |              | 2-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 2,87      | 1,36 |        |              | 2-4  |
|                  | Hiç* <sup>(5)</sup>            | 2  | 2,00      | 0,00 |        |              |      |
| Kısıtlı başarı   | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 5,15      | 0,86 | 14,586 | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 4,91      | 0,99 |        |              | 1-4  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 4,50      | 1,72 |        |              | 2-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 2,73      | 1,39 |        |              | 2-4  |
|                  | Hiç* <sup>(5)</sup>            | 2  | 1,00      | 0,00 |        |              |      |
| Heyecan          | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 4,96      | 0,98 | 28,792 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 5,37      | 0,90 |        |              | 4-2  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 4,42      | 1,50 |        |              | 4-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 2,60      | 0,63 |        |              |      |
|                  | Hiç* <sup>(5)</sup>            | 2  | 1,00      | 0,00 |        |              |      |
| Oyuncuya ilgi    | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 5,07      | 0,62 | 75,172 | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 5,51      | 0,80 |        |              | 1-4  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 4,50      | 1,06 |        |              | 2-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 1,87      | 0,99 |        |              | 2-4  |
|                  | Hiç* <sup>(5)</sup>            | 2  | 1,00      | 0,00 |        |              |      |
| Estetik          | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 6,11      | 0,89 | 34,176 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 6,15      | 0,83 |        |              | 4-2  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 5,74      | 1,16 |        |              | 4-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 3,20      | 1,70 |        |              |      |
|                  | Hiç* <sup>(5)</sup>            | 2  | 3,00      | 0,00 |        |              |      |
| Sosyal Fırsatlar | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 6,04      | 0,65 | 38,843 | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 6,00      | 0,86 |        |              | 1-4  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 5,29      | 0,87 |        |              | 2-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 3,47      | 1,19 |        |              | 2-4  |
|                  | Hiç* <sup>(5)</sup>            | 2  | 2,00      | 0,00 |        |              |      |
| Drama            | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 5,81      | 0,88 | 46,299 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                  | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 5,78      | 0,96 |        |              | 4-2  |
|                  | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 5,37      | 1,20 |        |              | 4-3  |
|                  | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 2,47      | 0,99 |        |              |      |
|                  | Hiç* <sup>(5)</sup>            | 2  | 3,50      | 0,71 |        |              |      |

**Tablo 5.34 (devamı):** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Spor Müsabakası İzleme Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Spor Müsabakası İzleme Durumu  | N  | $\bar{X}$ | ss   | F      | p            | Fark |
|------------------------|--------------------------------|----|-----------|------|--------|--------------|------|
| Rol Model              | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 5,26      | 0,98 | 38,917 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 5,04      | 0,94 |        |              | 4-2  |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 4,82      | 1,27 |        |              | 4-3  |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 1,87      | 1,36 |        |              |      |
|                        | Hiç*                           | 2  | 1,00      | 0,00 |        |              |      |
| Eğlence Değeri         | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 5,59      | 1,25 | 33,477 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 5,35      | 0,89 |        |              | 4-2  |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 4,37      | 1,81 |        |              | 4-3  |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 2,00      | 1,13 |        |              |      |
|                        | Hiç*                           | 2  | 4,77      | 1,65 |        |              |      |
| Sağlıklı Çevre         | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 6,04      | 0,94 | 78,159 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 6,41      | 0,72 |        |              | 4-2  |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 5,71      | 1,09 |        |              | 4-3  |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 2,47      | 1,13 |        |              |      |
|                        | Hiç*                           | 2  | 3,00      | 0,00 |        |              |      |
| Aile Bağları           | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 5,59      | 1,12 | 23,141 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 5,43      | 0,95 |        |              | 4-2  |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 4,74      | 1,52 |        |              | 4-3  |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 2,87      | 0,99 |        |              |      |
|                        | Hiç*                           | 2  | 2,50      | 0,71 |        |              |      |
| Bilgi Edinme           | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 6,19      | 0,79 | 46,052 | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 6,37      | 0,71 |        |              | 1-4  |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 5,34      | 1,10 |        |              | 2-3  |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 3,27      | 1,71 |        |              | 2-4  |
|                        | Hiç*                           | 2  | 5,00      | 2,83 |        |              |      |
| Sporcuların becerileri | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 5,22      | 0,85 | 45,082 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 5,66      | 0,87 |        |              | 4-2  |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 5,24      | 1,17 |        |              | 4-3  |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 2,33      | 1,35 |        |              |      |
|                        | Hiç*                           | 2  | 4,00      | 4,24 |        |              |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 5,41      | 0,93 | 40,479 | <b>0,000</b> | 1-3  |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 5,44      | 0,84 |        |              | 1-4  |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 4,16      | 1,84 |        |              | 2-3  |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 1,93      | 1,03 |        |              | 2-4  |
|                        | Hiç*                           | 2  | 1,50      | 0,71 |        |              |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | Her hafta <sup>(1)</sup>       | 27 | 5,93      | 1,07 | 37,391 | <b>0,000</b> | 4-1  |
|                        | İki haftada bir <sup>(2)</sup> | 68 | 5,53      | 1,01 |        |              | 4-2  |
|                        | Ayda bir <sup>(3)</sup>        | 38 | 5,21      | 1,30 |        |              | 4-3  |
|                        | Yılda 1-2 defa <sup>(4)</sup>  | 15 | 2,40      | 1,12 |        |              |      |
|                        | Hiç*                           | 2  | 4,50      | 0,71 |        |              |      |

\* yeterli örneklem sayısı olmadığından analize dahil edilmemiştir.

Araştırmaya LOL branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin spor müsabakası izleme durumuna göre farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda her hafta ve iki haftada bir LOL müsabakası izleyenlerin “spora ilgi”, “kısıtlı başarı”, “oyuncuya ilgi”, “sosyal fırsatlar”, “bilgi edinme” ve “fiziksel çekicilik” motivasyon motifleri düzeyleri ayda bir ve yılda 1-2 defa LOL müsabakalarına izleyici olarak

katılanlardan daha yüksek; yıldan 1-2 defa LOL müsabakalarına seyirci olarak katılan bireylerin “heyecan”, “estetik”, drama”, rol model”, “eğlence değeri”, “sağlıklı çevre”, “aile bağları”, “sporcuların becerileri” ve “saldırganlığın keyfi” motivasyon motifleri düzeyleri her hafta, iki haftada bir ve ayda bir LOL müsabakalarına seyirci olarak katılanlardan daha düşük olacak şekilde %95 güven düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).

LOL branşının seyircisi olan katılımcıların branşa oyuncu olarak katılma durumuna göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan bağımsız örneklem için t-testi sonuçları Tablo 5.35’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.35:** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Branşa Oyuncu Olarak Katılma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Branşa Oyuncu Olarak Durumu | N   | $\bar{X}$ | ss   | t     | p     |
|------------------|-----------------------------|-----|-----------|------|-------|-------|
| Spora İlgi       | Evet                        | 25  | 5,32      | 1,49 | 1,063 | 0,290 |
|                  | Hayır                       | 125 | 4,94      | 1,64 |       |       |
| Kısıtlı Başarı   | Evet                        | 25  | 4,84      | 1,28 | 0,980 | 0,329 |
|                  | Hayır                       | 125 | 4,53      | 1,48 |       |       |
| Heyecan          | Evet                        | 25  | 5,08      | 1,04 | 1,403 | 0,163 |
|                  | Hayır                       | 125 | 4,65      | 1,47 |       |       |
| Oyuncuya İlgi    | Evet                        | 25  | 5,36      | 0,86 | 1,754 | 0,060 |
|                  | Hayır                       | 125 | 4,63      | 1,49 |       |       |
| Estetik          | Evet                        | 25  | 6,00      | 0,91 | 1,193 | 0,235 |
|                  | Hayır                       | 125 | 5,64      | 1,45 |       |       |
| Sosyal Fırsatlar | Evet                        | 25  | 5,92      | 0,86 | 1,811 | 0,072 |
|                  | Hayır                       | 125 | 5,44      | 1,27 |       |       |
| Drama            | Evet                        | 25  | 5,56      | 1,33 | 0,928 | 0,355 |
|                  | Hayır                       | 125 | 5,27      | 1,43 |       |       |
| Rol Model        | Evet                        | 25  | 5,16      | 1,31 | 1,869 | 0,064 |
|                  | Hayır                       | 125 | 4,55      | 1,52 |       |       |
| Eğlence Değeri   | Evet                        | 25  | 5,08      | 1,22 | 1,017 | 0,311 |
|                  | Hayır                       | 125 | 4,71      | 1,72 |       |       |
| Sağlıklı Çevre   | Evet                        | 25  | 6,08      | 1,29 | 1,308 | 0,193 |
|                  | Hayır                       | 125 | 5,66      | 1,51 |       |       |
| Aile Bağları     | Evet                        | 25  | 5,40      | 0,96 | 1,609 | 0,110 |
|                  | Hayır                       | 125 | 4,90      | 1,48 |       |       |
| Bilgi Edinme     | Evet                        | 25  | 6,20      | 1,15 | 1,844 | 0,067 |
|                  | Hayır                       | 125 | 5,66      | 1,38 |       |       |

**Tablo 5.35 (devamı):** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Branşa Oyuncu Olarak Katılma Durumuna Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Branşa Oyuncu Olarak Durumu | N   | $\bar{X}$ | ss   | t     | p     |
|------------------------|-----------------------------|-----|-----------|------|-------|-------|
| Sporcuların Becerileri | Evet                        | 25  | 5,52      | 1,16 | 1,540 | 0,125 |
|                        | Hayır                       | 125 | 5,04      | 1,47 |       |       |
| Fiziksel Çekiciliği    | Evet                        | 25  | 5,12      | 0,97 | 1,374 | 0,172 |
|                        | Hayır                       | 125 | 4,62      | 1,75 |       |       |
| Saldırganlığın Keyfi   | Evet                        | 25  | 5,48      | 1,48 | 1,073 | 0,285 |
|                        | Hayır                       | 125 | 5,14      | 1,46 |       |       |

Araştırmaya LOL branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin branşa oyuncu olarak katılma durumuna göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

LOL branşının seyircisi olan katılımcıların son 12 ay içinde ilgi duyulan branşa seyirci olarak katılma sayısına göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.36’da gösterilmiştir.

**Tablo 5.36:** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısı | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p            | Fark |
|----------------|--------------------------------------------------------------------|----|-----------|------|-------|--------------|------|
| Spora İlgi     | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 3,67      | 2,06 | 7,375 | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 3,72      | 1,74 |       |              | 1-3  |
|                | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 4,11      | 1,27 |       |              | 1-4  |
|                | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 5,20      | 1,67 |       |              |      |
|                | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 5,13      | 1,69 |       |              |      |
|                | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 5,52      | 1,21 |       |              |      |
| Kısıtlı başarı | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 4,00      | 1,73 | 2,305 | 0,080        |      |
|                | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 3,83      | 1,95 |       |              |      |
|                | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 4,67      | 1,50 |       |              |      |
|                | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 4,55      | 1,64 |       |              |      |
|                | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 4,87      | 1,63 |       |              |      |
|                | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 4,75      | 1,08 |       |              |      |

**Tablo 5.36 (devamı):** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısı | N  | $\bar{X}$ | ss   | F      | p            | Fark |
|------------------|--------------------------------------------------------------------|----|-----------|------|--------|--------------|------|
| Heyecan          | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 4,00      | 1,50 | 4,807  | <b>0,003</b> | 1-2  |
|                  | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 3,89      | 1,71 |        |              | 1-3  |
|                  | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 3,78      | 1,56 |        |              | 1-4  |
|                  | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 4,50      | 1,64 |        |              |      |
|                  | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 4,96      | 1,36 |        |              |      |
|                  | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 5,13      | 1,05 |        |              |      |
| Oyuncuya ilgi    | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 3,33      | 1,66 | 9,915  | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                  | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 3,44      | 1,92 |        |              | 1-3  |
|                  | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 4,44      | 0,88 |        |              | 1-4  |
|                  | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 4,70      | 1,38 |        |              |      |
|                  | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 4,91      | 1,41 |        |              |      |
|                  | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 5,27      | 0,97 |        |              |      |
| Estetik          | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 5,11      | 1,90 | 13,717 | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                  | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 4,06      | 1,73 |        |              | 1-3  |
|                  | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 6,00      | 1,12 |        |              | 1-4  |
|                  | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 5,80      | 1,32 |        |              |      |
|                  | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 6,00      | 1,09 |        |              |      |
|                  | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 6,03      | 1,01 |        |              |      |
| Sosyal Fırsatlar | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 5,33      | 1,58 | 6,573  | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                  | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 4,56      | 1,54 |        |              | 1-3  |
|                  | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 5,56      | 0,53 |        |              | 1-4  |
|                  | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 5,35      | 1,23 |        |              |      |
|                  | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 5,39      | 1,27 |        |              |      |
|                  | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 5,87      | 0,98 |        |              |      |
| Drama            | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 4,22      | 1,99 | 5,187  | <b>0,002</b> | 1-2  |
|                  | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 4,28      | 1,87 |        |              | 1-3  |
|                  | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 5,44      | 1,33 |        |              | 1-4  |
|                  | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 5,50      | 1,00 |        |              |      |
|                  | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 5,70      | 1,22 |        |              |      |
|                  | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 5,54      | 1,22 |        |              |      |
| Rol Model        | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 3,89      | 2,03 | 8,580  | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                  | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 3,39      | 1,97 |        |              | 1-3  |
|                  | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 4,56      | 1,33 |        |              | 1-4  |
|                  | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 4,45      | 1,32 |        |              |      |
|                  | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 4,61      | 1,44 |        |              |      |
|                  | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 5,15      | 1,13 |        |              |      |
| Eğlence Değeri   | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 4,44      | 2,65 | 15,057 | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                  | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 3,00      | 1,53 |        |              | 1-3  |
|                  | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 3,67      | 1,73 |        |              | 1-4  |
|                  | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 5,10      | 1,21 |        |              |      |
|                  | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 4,65      | 1,70 |        |              |      |
|                  | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 5,35      | 1,20 |        |              |      |

**Tablo 5.36 (devamı):** LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Son 12 Ay İçinde İlgi Duyulan Branşa Seyirci Olarak Katılma Sayısı | N  | $\bar{X}$ | ss   | F      | p            | Fark |
|------------------------|--------------------------------------------------------------------|----|-----------|------|--------|--------------|------|
| Sağlıklı Çevre         | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 4,56      | 2,01 | 21,382 | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                        | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 3,72      | 1,81 |        |              | 1-3  |
|                        | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 5,89      | 1,27 |        |              | 1-4  |
|                        | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 6,00      | 1,21 |        |              |      |
|                        | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 6,13      | 1,10 |        |              |      |
|                        | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 6,15      | 0,99 |        |              |      |
| Aile Bağları           | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 4,56      | 1,51 | 12,559 | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                        | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 3,50      | 1,47 |        |              | 1-3  |
|                        | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 4,56      | 1,67 |        |              | 1-4  |
|                        | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 4,80      | 1,40 |        |              |      |
|                        | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 5,13      | 1,49 |        |              |      |
|                        | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 5,48      | 1,03 |        |              |      |
| Bilgi Edinme           | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 4,44      | 2,24 | 11,539 | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                        | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 4,39      | 1,75 |        |              | 1-3  |
|                        | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 5,89      | 1,17 |        |              | 1-4  |
|                        | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 5,85      | 1,31 |        |              |      |
|                        | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 6,13      | 1,14 |        |              |      |
|                        | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 6,08      | 0,84 |        |              |      |
| Sporcuların becerileri | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 4,11      | 2,26 | 6,101  | <b>0,001</b> | 1-2  |
|                        | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 4,00      | 2,09 |        |              | 1-3  |
|                        | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 4,89      | 1,05 |        |              | 1-4  |
|                        | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 5,40      | 1,47 |        |              |      |
|                        | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 5,48      | 1,34 |        |              |      |
|                        | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 5,37      | 0,91 |        |              |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 3,56      | 2,07 | 14,360 | <b>0,000</b> | 1-2  |
|                        | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 3,00      | 1,88 |        |              | 1-3  |
|                        | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 4,33      | 2,18 |        |              | 1-4  |
|                        | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 4,65      | 1,66 |        |              |      |
|                        | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 4,70      | 1,58 |        |              |      |
|                        | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 5,35      | 1,02 |        |              |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | <del>0 defa*</del>                                                 | 9  | 3,56      | 2,07 | 5,815  | <b>0,001</b> | 1-2  |
|                        | 1-3 defa <sup>(1)</sup>                                            | 18 | 4,17      | 2,04 |        |              | 1-3  |
|                        | <del>4-6 defa*</del>                                               | 9  | 6,00      | 1,22 |        |              | 1-4  |
|                        | 7-9 defa <sup>(2)</sup>                                            | 20 | 5,20      | 1,24 |        |              |      |
|                        | 10-12 defa <sup>(3)</sup>                                          | 23 | 5,13      | 1,25 |        |              |      |
|                        | 13 defadan fazla <sup>(4)</sup>                                    | 71 | 5,58      | 1,06 |        |              |      |

\* yeterli örneklem sayısı olmadığından analize dahil edilmemiştir.

Araştırmaya LOL branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin son 12 ay içinde ilgi duyulan branşa seyirci olarak katılma sayısına göre farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda 1-3 defa seyirci olarak katılım gösterenlerin “spora ilgi”,

“heyecan”, “oyuncuya ilgi”, “estetik”, “sosyal fırsatlar”, “drama”, “rol model”, “eğlence değeri”, “sağlıklı çevre”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “sporcuların becerileri”, “fiziksel çekicilik” ve “saldırganlığın keyfi” motivasyon motifleri düzeyleri son 12 ay içinde 7-9 defa, 10-12 defa ve 13 defa ve daha fazlası seyirci olarak katılanlardan daha düşük olacak şekilde %95 güven düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir ( $p<0,05$ ).

### 5.6.3. LOL Branşının Seyircisi Olan Katılımcıların Video Oyun Alışkanlıklarına Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumlarının İncelenmesi

LOL branşının seyircisi olan katılımcıların haftalık video oynama saatine göre spor seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.37’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.37:** LOL Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Haftalık Video Oynama Saati     | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|---------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora İlgi     | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 5,15      | 1,46 | 1,214 | 0,305 |      |
|                | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 5,09      | 1,70 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 4,58      | 1,75 |       |       |      |
|                | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 5,48      | 1,45 |       |       |      |
|                | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 5,20      | 1,58 |       |       |      |
|                | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 4,67      | 1,55 |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 5,08      | 1,71 | 0,883 | 0,494 |      |
|                | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 4,57      | 1,72 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 4,84      | 1,16 |       |       |      |
|                | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 4,52      | 1,55 |       |       |      |
|                | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 4,40      | 1,23 |       |       |      |
|                | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 4,21      | 1,28 |       |       |      |
| Heyecan        | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 5,08      | 1,26 | 0,943 | 0,455 |      |
|                | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 4,57      | 1,42 |       |       |      |
|                | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 4,52      | 1,43 |       |       |      |
|                | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 5,07      | 1,59 |       |       |      |
|                | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 4,90      | 1,17 |       |       |      |
|                | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 4,46      | 1,41 |       |       |      |

**Tablo 5.37 (devamı):** LOL Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Haftalık Video Oynama Saati     | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------|---------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Oyuncuya ilgi    | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 4,69      | 1,38 | 0,365 | 0,872 |      |
|                  | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 4,63      | 1,54 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 4,55      | 1,48 |       |       |      |
|                  | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 4,93      | 1,44 |       |       |      |
|                  | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 4,95      | 1,47 |       |       |      |
|                  | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 4,88      | 1,30 |       |       |      |
| Estetik          | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 5,92      | 1,04 | 0,510 | 0,769 |      |
|                  | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 5,77      | 1,37 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 5,74      | 1,41 |       |       |      |
|                  | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 5,85      | 1,38 |       |       |      |
|                  | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 5,60      | 1,50 |       |       |      |
|                  | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 5,33      | 1,46 |       |       |      |
| Sosyal Fırsatlar | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 5,77      | 1,17 | 0,992 | 0,425 |      |
|                  | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 5,34      | 1,19 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 5,42      | 1,36 |       |       |      |
|                  | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 5,81      | 1,21 |       |       |      |
|                  | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 5,75      | 1,16 |       |       |      |
|                  | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 5,25      | 1,15 |       |       |      |
| Drama            | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 5,62      | 1,12 | 0,823 | 0,535 |      |
|                  | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 5,17      | 1,42 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 5,26      | 1,46 |       |       |      |
|                  | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 5,74      | 1,26 |       |       |      |
|                  | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 5,15      | 1,57 |       |       |      |
|                  | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 5,13      | 1,54 |       |       |      |
| Rol Model        | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 4,85      | 1,28 | 0,771 | 0,572 |      |
|                  | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 4,40      | 1,54 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 4,61      | 1,50 |       |       |      |
|                  | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 4,74      | 1,56 |       |       |      |
|                  | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 4,40      | 1,54 |       |       |      |
|                  | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 5,08      | 1,47 |       |       |      |
| Eğlence Değeri   | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 4,62      | 1,76 | 0,253 | 0,938 |      |
|                  | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 4,80      | 1,62 |       |       |      |
|                  | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 4,81      | 1,80 |       |       |      |
|                  | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 5,04      | 1,53 |       |       |      |
|                  | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 4,55      | 1,82 |       |       |      |
|                  | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 4,67      | 1,55 |       |       |      |

**Tablo 5.37 (devamı): LOL Branşının Seyircisi Olan Haftalık Video Oynama Saatine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları**

| Alt Boyutlar           | Haftalık Video Oynama Saati     | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------------|---------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Sağlıklı Çevre         | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 6,00      | 1,15 | 0,469 | 0,799 |      |
|                        | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 5,83      | 1,42 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 5,52      | 1,73 |       |       |      |
|                        | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 5,89      | 1,25 |       |       |      |
|                        | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 5,80      | 1,61 |       |       |      |
|                        | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 5,46      | 1,59 |       |       |      |
| Aile Bağları           | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 4,46      | 1,05 | 1,891 | 0,099 |      |
|                        | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 4,91      | 1,34 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 4,84      | 1,61 |       |       |      |
|                        | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 5,44      | 1,34 |       |       |      |
|                        | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 4,55      | 1,70 |       |       |      |
|                        | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 5,42      | 1,06 |       |       |      |
| Bilgi Edinme           | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 6,08      | 0,95 | 0,606 | 0,695 |      |
|                        | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 5,63      | 1,40 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 5,52      | 1,63 |       |       |      |
|                        | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 6,00      | 1,07 |       |       |      |
|                        | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 5,85      | 1,57 |       |       |      |
|                        | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 5,67      | 1,24 |       |       |      |
| Sporcuların Becerileri | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 5,54      | 1,76 | 0,947 | 0,453 |      |
|                        | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 4,74      | 1,54 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 5,06      | 1,53 |       |       |      |
|                        | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 5,33      | 1,14 |       |       |      |
|                        | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 5,35      | 1,50 |       |       |      |
|                        | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 5,08      | 1,14 |       |       |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 4,62      | 1,89 | 0,312 | 0,905 |      |
|                        | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 4,57      | 1,79 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 4,61      | 1,75 |       |       |      |
|                        | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 5,04      | 1,45 |       |       |      |
|                        | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 4,60      | 1,50 |       |       |      |
|                        | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 4,79      | 1,64 |       |       |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | 0 Saat <sup>(1)</sup>           | 13 | 5,46      | 1,39 | 0,594 | 0,704 |      |
|                        | 1-3 saat <sup>(2)</sup>         | 35 | 5,06      | 1,45 |       |       |      |
|                        | 4-6 saat <sup>(3)</sup>         | 31 | 5,00      | 1,81 |       |       |      |
|                        | 7-9 saat <sup>(4)</sup>         | 27 | 5,26      | 1,32 |       |       |      |
|                        | 10-12 saat <sup>(5)</sup>       | 20 | 5,60      | 0,94 |       |       |      |
|                        | 13 saatten fazla <sup>(6)</sup> | 24 | 5,08      | 1,59 |       |       |      |

Araştırmaya LOL branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin haftalık video oynama saatine göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ ).

LOL branşının seyircisi olan katılımcıların video oyun oynama süresine göre spor

seyircisi motivasyon motiflerinin farklılaşma durumlarının incelenmesi için yapılan tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 5.38’de gösterilmiştir.

**Tablo 5.38:** LOL Branşının Seyircisi Olan Video Oyun Oynama Süresine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar   | Video Oyun Oynama Süresi           | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|----------------|------------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Spora İlgi     | 0 ay *                             | 1  | 4,00      |      | 1,250 | 0,289 |      |
|                | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 5,33      | 1,54 |       |       |      |
|                | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 4,89      | 1,82 |       |       |      |
|                | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 5,29      | 1,38 |       |       |      |
|                | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 4,94      | 1,85 |       |       |      |
|                | 48-60 ay <sup>(5)</sup>            | 20 | 5,15      | 1,39 |       |       |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 4,26      | 1,66 |       |       |      |
| Kısıtlı başarı | 0 ay *                             | 1  | 4,00      |      | 0,584 | 0,712 |      |
|                | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 4,87      | 1,77 |       |       |      |
|                | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 4,95      | 1,58 |       |       |      |
|                | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 4,46      | 1,43 |       |       |      |
|                | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 4,60      | 1,17 |       |       |      |
|                | 48-60 ay <sup>(5)</sup>            | 20 | 4,55      | 1,50 |       |       |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 4,26      | 1,63 |       |       |      |
| Heyecan        | 0 ay *                             | 1  | 5,00      |      | 0,950 | 0,451 |      |
|                | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 4,33      | 1,29 |       |       |      |
|                | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 4,95      | 1,47 |       |       |      |
|                | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 4,80      | 1,45 |       |       |      |
|                | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 4,77      | 1,40 |       |       |      |
|                | 48-60 ay <sup>(5)</sup>            | 20 | 4,25      | 1,48 |       |       |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 5,00      | 1,33 |       |       |      |
| Oyuncuya ilgi  | 0 ay *                             | 1  | 5,00      |      | 0,433 | 0,825 |      |
|                | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 4,47      | 1,51 |       |       |      |
|                | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 4,95      | 0,91 |       |       |      |
|                | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 4,93      | 1,49 |       |       |      |
|                | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 4,74      | 1,62 |       |       |      |
|                | 48-60 ay <sup>(5)</sup>            | 20 | 4,50      | 1,61 |       |       |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 4,68      | 1,25 |       |       |      |
| Estetik        | 0 ay *                             | 1  | 5,00      |      | 0,064 | 0,997 |      |
|                | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 5,60      | 0,99 |       |       |      |
|                | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 5,79      | 1,23 |       |       |      |
|                | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 5,66      | 1,49 |       |       |      |
|                | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 5,74      | 1,52 |       |       |      |
|                | 48-60 ay <sup>(5)</sup>            | 20 | 5,65      | 1,60 |       |       |      |
|                | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 5,79      | 1,18 |       |       |      |

**Tablo 5.38 (devamı):** LOL Branşının Seyircisi Olan Video Oyun Oynama Süresine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar     | Video Oyun Oynama Süresi           | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------|------------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Sosyal Fırsatlar | 0 ay *                             | 1  | 6,00      |      | 0,194 | 0,964 |      |
|                  | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 5,47      | 1,30 |       |       |      |
|                  | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 5,58      | 1,02 |       |       |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 5,51      | 1,27 |       |       |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 5,66      | 1,21 |       |       |      |
|                  | 48-60 ay <sup>(5)</sup>            | 20 | 5,40      | 1,47 |       |       |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 5,37      | 1,12 |       |       |      |
| Drama            | 0 ay *                             | 1  | 5,00      |      | 0,364 | 0,872 |      |
|                  | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 5,27      | 1,33 |       |       |      |
|                  | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 5,21      | 1,58 |       |       |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 5,49      | 1,34 |       |       |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 5,17      | 1,42 |       |       |      |
|                  | 48-60 ay <sup>(5)</sup>            | 20 | 5,55      | 1,57 |       |       |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 5,16      | 1,42 |       |       |      |
| Rol Model        | 0 ay *                             | 1  | 4,00      |      | 0,162 | 0,976 |      |
|                  | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 4,53      | 1,60 |       |       |      |
|                  | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 4,89      | 1,29 |       |       |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 4,71      | 1,68 |       |       |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 4,54      | 1,40 |       |       |      |
|                  | 48-60 ay <sup>(5)</sup>            | 20 | 4,65      | 1,53 |       |       |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 4,63      | 1,54 |       |       |      |
| Eğlence Değeri   | 0 ay *                             | 1  | 4,00      |      | 0,420 | 0,834 |      |
|                  | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 4,67      | 1,80 |       |       |      |
|                  | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 5,26      | 1,15 |       |       |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 4,61      | 1,56 |       |       |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 4,74      | 1,75 |       |       |      |
|                  | 48-60 ay <sup>(5)</sup>            | 20 | 4,80      | 1,47 |       |       |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 4,79      | 2,20 |       |       |      |
| Sağlıklı Çevre   | 0 ay *                             | 1  | 5,00      |      | 0,375 | 0,865 |      |
|                  | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 5,87      | 1,55 |       |       |      |
|                  | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 5,79      | 1,55 |       |       |      |
|                  | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 5,80      | 1,58 |       |       |      |
|                  | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 5,51      | 1,58 |       |       |      |
|                  | 48-60 ay <sup>(5)</sup>            | 20 | 5,55      | 1,47 |       |       |      |
|                  | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 6,00      | 1,05 |       |       |      |

**Tablo 5.38 (devamı):** LOL Branşının Seyircisi Olan Video Oyun Oynama Süresine Göre Spor Seyircisi Motivasyon Motiflerinin Farklılaşma Durumları

| Alt Boyutlar           | Video Oyun Oynama Süresi           | N  | $\bar{X}$ | ss   | F     | p     | Fark |
|------------------------|------------------------------------|----|-----------|------|-------|-------|------|
| Aile Bağları           | 0 ay *                             | 1  | 4,00      |      | 0,347 | 0,883 |      |
|                        | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 4,80      | 1,21 |       |       |      |
|                        | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 5,05      | 1,03 |       |       |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 5,15      | 1,51 |       |       |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 4,97      | 1,58 |       |       |      |
|                        | 48--60 ay <sup>(5)</sup>           | 20 | 4,70      | 1,30 |       |       |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 5,11      | 1,59 |       |       |      |
| Bilgi Edinme           | 0 ay *                             | 1  | 7,00      |      | 0,198 | 0,963 |      |
|                        | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 5,87      | 0,99 |       |       |      |
|                        | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 5,79      | 1,40 |       |       |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 5,73      | 1,18 |       |       |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 5,74      | 1,69 |       |       |      |
|                        | 48--60 ay <sup>(5)</sup>           | 20 | 5,85      | 1,27 |       |       |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 5,47      | 1,47 |       |       |      |
| Sporcuların Becerileri | 0 ay *                             | 1  | 7,00      |      | 0,414 | 0,838 |      |
|                        | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 4,80      | 1,70 |       |       |      |
|                        | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 5,26      | 1,37 |       |       |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 5,20      | 1,10 |       |       |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 4,91      | 1,65 |       |       |      |
|                        | 48--60 ay <sup>(5)</sup>           | 20 | 5,30      | 1,38 |       |       |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 5,16      | 1,57 |       |       |      |
| Fiziksel Çekiciliği    | 0 ay *                             | 1  | 4,00      |      | 0,341 | 0,888 |      |
|                        | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 4,53      | 2,13 |       |       |      |
|                        | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 4,95      | 1,51 |       |       |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 4,63      | 1,68 |       |       |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 4,86      | 1,73 |       |       |      |
|                        | 48--60 ay <sup>(5)</sup>           | 20 | 4,40      | 1,43 |       |       |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 4,84      | 1,54 |       |       |      |
| Saldırganlığın Keyfi   | 0 ay *                             | 1  | 5,00      |      | 0,638 | 0,671 |      |
|                        | 1-6 ay <sup>(1)</sup>              | 15 | 5,00      | 1,69 |       |       |      |
|                        | 6-12 ay <sup>(2)</sup>             | 19 | 5,37      | 1,57 |       |       |      |
|                        | 12-24 ay <sup>(3)</sup>            | 41 | 5,12      | 1,25 |       |       |      |
|                        | 24-48 ay <sup>(4)</sup>            | 35 | 4,94      | 1,63 |       |       |      |
|                        | 48--60 ay <sup>(5)</sup>           | 20 | 5,45      | 1,23 |       |       |      |
|                        | 60 ay ve daha fazla <sup>(6)</sup> | 19 | 5,53      | 1,61 |       |       |      |

\* yeterli örneklem sayısı olmadığından analize dahil edilmemiştir.

Araştırmaya LOL branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin video oynama süresine göre %95 güven düzeyinde farklılık göstermediği belirlenmiştir ( $p>0,05$ )

## VI. BÖLÜM

### 6. TARTIŞMA VE SONUÇ

Teknolojik gelişmeler neticesinde pek çok sahada çeşitli gelişmeler gerçekleşmiştir. Bu gelişmelerin kapsamına giren durumlardan birisi de fiziki sporun dijitalleşmesi ve ayrı bir spor branşına dönüşmesidir. Teknolojik gelişmelerin fiziki spor üzerinde gerçekleştirmiş oldukları bu etki sonucunda birbirinden farklı pek çok yeni spor dalı ortaya çıkmıştır. Yeni şekillenen bu alanlardaki eSpor faaliyetleri bilgisayar başında oynanan video içerikli oyunlar şeklinde betimlenmektedir. Birbiri ile doğrudan görüşme sağlanmasa dahi dijital oyun platformlarının sahip olduğu medya niteliklerine göre bilgisayarı ve oyun konsolu olanların birbiri ile oyun oynama şansı bulunmaktadır. Bu açıdan eSpor faaliyetlerinin fiziki spor ile benzerliklerinin olabileceği gibi farklılıklarının da olacağını düşünülmüş olup, şekillenen bu farklılık ve benzerliklerin tespiti bu çalışmanın amaçları arasında yer almıştır. eSpor, spor tüketici davranışlarında yeni bir çalışma alanını temsil etmektedir (Funk, 2017). eSpor'un geleneksel spora benzer şekilde çalışıp çalışmadığını anlamak, uygun pazarlama stratejileri geliştirmenin anahtarıdır. Hızla büyüyen eSpor endüstrisine yönelik olarak akademik çalışmalar da hızla artmaktadır (Funk ve ark,2018; Heere,2018). Bu çalışmada, eSpor tüketicilerinin davranışlarını daha iyi anlamak ve eSporun kapsamını keşfetmek için geleneksel spor seyircisi motiflerini eSpor seyirci motifleriyle karşılaştırılmıştır.

Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %35,3'ü 25-33 yaş arasında, Fifa Online branşına ilgi duyanların %48,0'i 25-33 yaş arasında ve LOL'a ilgi duyanların %58,0'i 25-33 yaş arasında olduğu bulunmuştur. Bu sonuçlara göre eSpor izleyicilerinin genç yaş aralığındaki takipçilerinin oranının yüksek olduğu görülmüştür. Bu durumun gerekçesi olarak bu yaş grubunun dijitalleşme süreçlerinin başından itibaren yer aldığı ve sürece daha kolay dahil olduğu belirtilebilir. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %76,7'si erkek, Fifa Online branşına ilgi duyanların %80,7'si ve LOL'a ilgi duyanların %76,7'si erkektir. Cinsiyete göre fiziki futbol ve eSpor branşları arasında yakın oranlar olduğu görülmektedir. eSpor seyircilerinin %65'inin 18-34 yaş arasında satın alma gücünün daha yüksek olan bireylerce oluşturulduğu ve kitlenin %38'inin kadın bireylerce

oluşturulduğu Mindshare (2016)'tarafından ifade edilmiştir.

Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %27,3'ünün futbol müsabakasını yılda 1-2 defa izlediği, Fifa Online branşına ilgi duyanların %32,7'sinin Fifa Online müsabakasını iki haftada bir izlediği ve LOL branşına ilgi duyanların %34,7'sinin LOL müsabakasını iki haftada bir izlediği belirlenmiştir. Bu bulgulara göre eSpor taraftarlarının çok daha sıklıkla branş müsabakalarını takip edebildiği görülmektedir. Bu durumun gerekçesi olarak eSpor müsabakalarına erişimin daha kolay ve pratik olması gösterilebilir. SuperData Research (2016) adlı bir firmanın gerçekleştirmiş olduğu çalışmaya göre 214 milyon kişinin eSpor faaliyetlerini takip ettiği ve izleyici konumunda olduğu belirlenmiştir. Ayrıca 2014 yılında gerçekleşen LOL Dünya Şampiyonasını çevrimiçi canlı yayınlarını ABD'de 27 milyon kişi tarafında izlendiği bildirilmiştir (Schwartz, 2014).

Araştırmada futbol branşına ilgi duyan bireylerin en yüksek ortalamaya sahip olan motivasyon motifinin "estetik" motifi olduğu; Fifa Online branşı takipçilerinin en büyük motivasyon motifinin "estetik" motifi olduğu; LOL branşı takipçilerinin en büyük motivasyon motifinin ise "bilgi edinme" motifi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca futbol branşı takipçilerinin en düşük ortalamaya sahip motivasyon motifinin "sosyal fırsatlar" motifi olduğu; Fifa Online branşı takipçilerinin en düşük ortalamaya sahip motivasyon motifinin "rol model" motifi olduğu; LOL branşı takipçilerinin en düşük motivasyon motifinin ise "kısıtlı başarı" motifi olduğu belirlenmiştir. Buna göre fiziki futbol ve Fifa Online branşlarındaki en yüksek motivasyon unsurunun estetik olması dijital platformda da estetik unsurlarının yakalandığı ve benzer içeriklerden oluştuğu anlamına geldiği ifade edilebilir. Motivasyon bireyleri belirli bir şekilde davranmaya iten süreç olarak tanımlanmaktadır (Tok, 2004). Bu motivasyonlar dürtü sayesinde harekete geçirilmektedir ve eSpor için söz konusu bu dürtülerin bilgi edinme, yarışma, rekabet olarak görüldüğü literatürde yer alan çalışmalarda aktarılmıştır (Weiss ve Schiele, 2013). eSpor motivasyonlarının en birincil motivasyonunun giderek kalabalık hale gelen dünyanın gerçekliğinden uzaklaşılması ve kişinin burada kendini gerçekleştirme durumudur. Daha önceki birkaç nesilde kendini gerçekleştirme durumu çok değişik yollarla yapılıyorken, günümüzde bambaşka bir platformda gerçekleşmektedir. Bununla beraber yeni bir eSpor kitlesi ortaya çıkmış ve bireylerin kendilerine göre gelişime açık bir yol izlenmiştir. Fiziki futbolda taraftarlar müsabakayı oyuncu ve takım için takibini yaparken, eSpor müsabakalarında müsabakayı müsabakanın kendisi için takip etme süreci başlamıştır (Yazıcı,2018). Bu durum rekabetin daha centilmence olmasını olanaklı kılarken, bireylerin kendilerinin oynadığı platformlarda stratejilerini diğerlerini izleyerek

geliştirmelerini imkan dahilinde olmuştur. Böyle bireyler sağlık bir çevre oluşturarak kendilerini gerçekleştirmektedir (Özbıçakçı, 2016). Literatürde geleneksel spor branşları ile eSpor branşlarının ortak yönlerinin bulunduğu gibi ayrı yönlerinin de olduğu ifade edilmektedir. Bunlardan en önemlisi elektronik oyuncu ve taraftarlarının benzer tecrübeleri yaşamış olduklarıdır. Taylor (2012) müsabakaları takip eden taraftarların daha öncesinde oyunları yoğun olarak oynadıklarını ifade etmiştir. Ayrıca eSpor branşında profesyonel oyuncular ve taraftarlar arasında mesafenin daha az olduğu gözlemlenmektedir. Geleneksel sporlarda ise oyuncu ve taraftar arasında etkileşimli bir köprü oluşmamaktadır.

Araştırmada futbol branşı seyircisinin Fifa Online ve LOL branşı seyircilerine göre futbolu (kendi branşını) sosyal fırsatları sebebiyle daha az tercih ettikleri, buna karşın futbolun eSpor branşlarına göre kendisi için daha fazla rol model oluşturduğu, futbol branşı seyircisinin yine eSpor seyircisine göre sporun fiziksel çekiciliğini daha fazla hissettikleri tespit edilmiştir. Literatürde yer alan çalışmalarda geleneksel sporların tercih nedenleri arasında fiziksel çekicilik ve aile bağları olduğu belirtilmektedir (Trail ve James, 2001). Pizzo ve ark.(2018)'nin çalışmasında geleneksel spor branşlarındaki bu güdülerin Fifa Online 3 seyircilerinden daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Geleneksel spor oyuncularının fiziksel çekiciliği, spor seyircileri için önemli bir güdüdür (Trail ve James, 2001). Hamari ve Sjöblom (2017)'un çalışmasında fiziksel çekiciliğin eSpor taraftarları için çok önemli olmadığı saptanmış ve aile bağlarının da fiziki sporda daha önemli bir güdü olduğu belirlenmiştir. James ve Ross (2004)'un çalışmasında oyuncuları fiziki becerilerinin geleneksel sporlarda daha ön planda olduğu ve sporun ilenme durumunda güdüleyici olduğu belirtilmiştir. Yine Hamari ve Sjöblom (2017) eSpor oyuncularının fiziksel çekiciliğinin eSpor seyircisinin önemli bir yordayıcısı olmadığını bildirmiştir. Literatürde geleneksel sporlar için yer alan bir başka motivasyon unsurunun rekabetçi ruhu olduğu vurgulanmıştır (Mahony ve ark.,2002). Rekabetçilik ruhun ve saldırganlık keyfinin geleneksel futbolun motivasyonları olması eSpor izleyicilerinden farklılaşmaktadır. Funk ve ark. (2009)'nin çalışmasında ise fiziki sportlardaki yerleşik hale gelmiş olan heyecan motifinin eSportlardan daha büyük öneme sahip olduğunu vurgulamışlardır. Buna karşın eSportların geleneksel muadillerine göre daha ilgi çekici ve sürükleyici olduğunu saptanmışlardır.

Sonuçlar, eSpor motivasyon motifleri ile geleneksel bir sporda bulunanlar arasında bir takım benzerlikler ve birkaç farklılık olduğunu göstermiştir. eSpor oyuncularının fiziksel faaliyetlerinin olmaması, eSporun spor olarak hariç tutulmasının en yaygın gerekçelerinden birisi olduğu ifade edilebilir.

Günümüzde dijital platformlara taşınan insanoğlu farklı aktiviteler ile birlikte spor branşlarının da bu platformlarda icrası söz konusudur. Araştırmamızda fiziki sporların seyirci motivasyonlarının eSpor branşlarında geçerli olduğunuz ya da başka güdülerin bulunması durumu bu araştırmanın amaçları arasında yer almaktadır. Bu amaçla araştırmada Türkiye genelinden katılım sağlanması çalışılarak futbol, FIFA Online ve LOL branşlarından birisinin takipçisi olan bireylerden onların seyirci motivasyonlarına yönelik ifadeleri değerlendirmeleri istenmiştir.

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %78,0'i erkek olup, branşlar nezdinde de erkeklerin oranı yüksektir. Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %47,1'i 25-33 yaş arasında, %25,3'ü ilköğretim mezunu, %55,6'sı faal olarak gelir getiren bir işte çalışmakta ve %45,6'sının aylık geliri 1000 TL'nin altındadır.

Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %34,7'si takipçisi oldukları branşların müsabakalarını en az iki haftada bir izlediğini belirtmişlerdir. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %27,3'ünün futbol müsabakasını yılda 1-2 defa izlediği, FIFA Online branşına ilgi duyanların %32,7'sinin FIFA Online müsabakasını iki haftada bir izlediği ve LOL branşına ilgi duyanların %34,7'sinin LOL müsabakasını iki haftada bir izlediği belirlenmiştir. Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %86,7'sinin takip ettikleri branşın müsabakasına oyuncu olarak hiç katılmadığı belirlenmiştir. Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %49,1'inin ilgi duydukları branşın müsabakasını son 12 ayda 13 defadan fazla seyirci olarak katılım gösterdikleri belirlenmiştir. Araştırmaya katılım gösteren bireylerin %28,4'ünün haftada 1-3 saat arasında video oyun oynadığı belirlenmiştir. Araştırmada futbol branşına ilgi duyanların %58,7'sinin ve LOL branşına ilgi duyanların %23,3'ünün haftada 1-3 saat arasında ve FIFA Online branşına ilgi duyanların %32,7'sinin haftada 7-9 saat arasında video oyun oynadıkları tespit edilmiştir. Ayrıca katılımcıların %27,1'inin 24-48 aydan bu yana video oyun oynadıkları belirlenmiştir. Ayrıca futbol branşına ilgi duyanların %34,0'ünün 24-48 aydan bu yana video oyun oynadıkları, FIFA Online branşına ilgi duyanların %26,0'sının ve LOL branşına ilgi duyanların %27,3'ünün 12-24 ya da bu yana video oyun oynadıkları tespit edilmiştir.

Araştırmada seyircilerin ilgili branşa olan ilgilerinin ve motivasyonlarının araştırılması için kullanılan ölçekte motivasyon çeşitleri bulunmaktadır. Buna göre fiziki spor ve eSpor branşlarına ilgi duyan bireylerin genel ortalamalarının en yüksek olduğu motivasyon motifinin "sağlıklı çevre" olduğu, en düşük ortalama sahip motivasyon motifinin de "kısıtlı çevre" motifi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca futbol branşına ilgi duyan bireylerin en yüksek ortalama sahip olan motivasyon motifinin "estetik" motifi

olduğu; FIFA Online branşı takipçilerinin en büyük motivasyon motifinin “estetik” motifi olduğu; LOL branşı takipçilerinin en büyük motivasyon motifinin ise “bilgi edinme” motifi olduğu belirlenmiştir. Ayrıca futbol branşı takipçilerinin en düşük ortalamaoya sahip motivasyon motifinin “sosyal fırsatlar” motifi olduğu; FIFA Online branşı takipçilerinin en düşük ortalamaoya sahip motivasyon motifinin “rol model” motifi olduğu; LOL branşı takipçilerinin en düşük motivasyon motifinin ise “kısıtlı başarı” motifi olduğu belirlenmiştir.

Araştırmanın ana amaçlarından birisi olan branşlara göre seyirci motivasyonlarının birbirinden farkının belirlenmesi için yapılan analiz sonucunda “sosyal fırsatlar”, “rol model”, “bilgi edinme” ve “fiziksel çekicilik” motiflerinde istatistiksel bakımdan anlamlı bir farklılığın olduğu tespit edilmiştir. Buna göre futbol branşı seyircisinin FIFA Online ve LOL branşı seyircilerine göre futbolu (kendi branşını) sosyal fırsatları sebebiyle daha az tercih ettikleri, buna karşın futbolun eSpor branşlarına göre kendisi için daha fazla rol model oluşturduğu, futbol branşı seyircisinin yine eSpor seyircisine göre sporun fiziksel çekiciliğini daha fazla hissettikleri tespit edilmiştir.

Araştırmada her branşın kendi içerisinde olacak biçimde seyircilerin demografik özelliklerine, seyircilerin spora duydukları ilgi ve yaklaşımın özelliklerine ve video oyunlarına duyulan ilginin miktarına göre seyirci motivasyon farklılaşma durumlarının araştırılması yapılmıştır.

Araştırmada futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren bireylerin seyirci motivasyon motiflerinin cinsiyete, eğitim durumuna, gelir durumuna, haftalık video oyun oynama saatine ve video oyun oynama süresine göre değişkenlik göstermediği belirlenmiştir.

Araştırmaya futbol branşı seyircisi olarak katılım gösteren seyircilerden 18-25 yaş arasındaki futbol seyircilerinin 25-33 yaş ve 34-42 yaş arasında olan futbol seyircilerine göre daha futbolcunun başarı ile daha fazla övündükleri, daha fazla heyecan duydukları, futbolu daha estetik buldukları, futbolun sosyal fırsatlarının daha fazla olduğunu düşündükleri, futbol içindeki rekabeti daha fazla sevdikleri, futbolun kendilerine daha fazla ilham verdiği, futbolu izlemek için daha fazla haz aldıkları, futbolun aileyi birleştirici unsur olduğuna dair inançlarının daha fazla olduğu, kendi hayatlarındaki strateji anlayışını daha fazla artırdığına inandıkları, futboldaki üstün yetenek gerektiren hareketleri daha fazla takdir ettikleri, fiziksel olarak çekici olan oyuncuların izlemekten daha fazla keyif aldıkları, futbolcuların atılgan / saldırgan davranışlarından daha fazla keyif aldıkları belirlenmiştir. Futbol branşı seyircilerinden aktif olarak bir işte çalışan

bireylerin “spora ilgi”, “kısıtlı başarı”, “heyecan”, “oyuncuya ilgi”, “drama”, “rol model”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “sporcuların becerileri” motifleri motivasyon düzeylerinin çalışmayan seyircilerden daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca çalışmamızda futbol müsabakalarını izleme sıklığı yılda 1-2 olanların seyirci motivasyonlarının daha sıklıkla müsabaka izleyenlere göre daha az olduğu belirlenmiştir. Yine seyircilerden futbola oyuncu olarak da katılım gösterenlerin futbol oyuncusu olarak katılım göstermeyen seyircilere göre “kısıtlı başarı”, “heyecan”, “oyuncuya ilgi”, “estetik”, “sosyal fırsatlar”, “drama”, “rol model”, “eğlence değeri”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “sporcuların becerileri”, “fiziksel çekicilik”, “saldırganlığın keyfi” motivasyon motifleri düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

Araştırmada FIFA Online branşının seyircisi olarak yer alanların değerlendirmelerine göre bu bireylerin motivasyon düzeylerinin cinsiyetten, yaştan, eğitim durumundan, aylık gelir durumundan, spor yapma durumundan, haftalık video oynama saatinden bağımsız olduğu belirlenmiştir. Buna karşılık FIFA Online branşında gerçekleşen müsabakaları izleme sıklığına göre her hafta ve iki haftada bir FIFA Online branşı müsabakalarını izleyenlerin “spora ilgi” ve “heyecan” motivasyon motifleri düzeylerinin ayda bir ve yılda 1-2 defa müsabaka izleyen bireylerden daha düşük; her hafta ve iki haftada bir FIFA Online branşı müsabakalarını izleyenlerin ayda bir ve yılda 1-2 defa müsabaka izleyen bireylerden ve ayda bir izleyen bireylerin yılda 1-2 defa izleyen bireylerden “oyuncuya ilgi”, “estetik”, “sosyal fırsatlar”, “drama”, “rol model”, “eğlence değeri”, “sağlıklı çevre”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “fiziksel çekicilik” motivasyon motifleri düzeyleri daha yüksek; yılda 1-2 defa FIFA Online branşı müsabakalarına seyirci olarak katılanların “kısıtlı başarı”, “sporcu becerileri” ve “saldırganlığın keyfi” “ motivasyon motifleri düzeyleri daha düşük bulunmuştur. Yine benzer şekilde seyircilerden son 12 ay içinde 13 defadan fazla olarak şekilde FIFA Online müsabakasına seyirci olarak katılanların “spora ilgi”, “kısıtlı başarı”, “heyecan”, “oyuncuya ilgi”, “estetik”, “sosyal fırsatlar”, “drama”, “rol model”, “eğlence değeri”, “sağlıklı çevre”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “sporcuların becerileri”, “fiziksel çekicilik”, “saldırganlığın keyfi” motivasyon motifleri düzeylerinin son 12 ayda 1-3 defa katılanlardan daha yüksek olacak biçimde %95 güven düzeyinde istatistiksel bakımdan anlamlı farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada LOL branşının seyircisi olarak yer alanların değerlendirmelerine göre bu bireylerin motivasyon düzeylerinin cinsiyetten, yaştan, eğitim durumundan, çalışma durumundan, gelir durumundan, spor yapma durumundan, branşa oyuncu olarak katılma durumundan, haftalık video oyun oynama saatinden ve genel olarak video oyun

oynama süresinden bağımsız olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılım gösteren LOL branşı seyircilerinin spor müsabakası izleme sıklıklarına göre motivasyon düzeylerinin farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Buna göre her hafta ve iki haftada bir LOL müsabakası izleyenlerin “spora ilgi”, “kısıtlı başarı”, “oyuncuya ilgi”, “sosyal fırsatlar”, “bilgi edinme” ve “fiziksel çekicilik” motivasyon motifleri düzeyleri ayda bir ve yılda 1-2 defa LOL müsabakalarına izleyici olarak katılanlardan daha yüksek; yılda 1-2 defa LOL müsabakalarına seyirci olarak katılan bireylerin “heyecan”, “estetik”, drama”, rol model”, “eğlence değeri”, “sağlıklı çevre”, “aile bağları”, “sporcuların becerileri” ve “saldırganlığın keyfi” motivasyon motifleri düzeyleri her hafta, iki haftada bir ve ayda bir LOL müsabakalarına seyirci olarak katılanlardan daha düşük bulunmuştur. Ayrıca LOL branşı seyircilerinin son 12 ay içinde ilgi duyulan branşa seyirci olarak katılma sayısına göre farklılaşma durumlarının incelenmesi sonucunda 1-3 defa seyirci olarak katılım gösterenlerin “spora ilgi”, “heyecan”, “oyuncuya ilgi”, “estetik”, “sosyal fırsatlar”, “drama”, “rol model”, “eğlence değeri”, “sağlıklı çevre”, “aile bağları”, “bilgi edinme”, “sporcuların becerileri”, “fiziksel çekicilik” ve “saldırganlığın keyfi” motivasyon motifleri düzeyleri son 12 ay içinde 7-9 defa, 10-12 defa ve 13 defa ve daha fazlası seyirci olarak katılanlardan daha düşük bulunmuştur.

Sonuç olarak; Geleneksel spor ve eSporun benzerlikleri ve farklılıkları bulunmaktadır. Geleneksel spor branşlarından futbol ile, futbolun sanal hali olan Fifa Online’nin benzerlikleri olduğu görülmüştür. Oyun türleri bakımından ise eSpor izleyicilerinin, izleme güdülerinin farklılık gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bundan dolayı, oyun yapımcılarının ve pazarlama uzmanlarının kendi oyun türlerine yönelik stratejiler geliştirmeleri olumlu olacaktır.

## KAYNAKLAR

- Acet, Mehmet (2001). *Futbol Seyircisini Fanatik ve Saldırgan Olmaya Yönelten Sosyal Faktörler*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Ağkurt, Ekrem (2018). *Üniversite Öğrencilerinde Spora Katılımın Sosyalleşmeye Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. Elazığ: Fırat Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Akın, Erkan (2008). *Elektronik Spor: Türkiye’deki Elektronik Sporcular Üzerine Bir Araştırma*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Aktaş, Hüseyin ve Mutlu, Salih (2016). “Futbolda Finansal Sürdürülebilirlik Kapsamında Finansal Fair Play Başa Baş Kuralı ve Beşiktaş Futbol Kulübü Üzerinde Bir Uygulama”. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(2), 223-226.
- Aladanlı, Bayram ve Çördük, Ünal (2009). *Futbol Tarihi ve Sporda İlkler*. İstanbul: Yeşil Elma Yayıncılık.
- Ali, Iqbal, Shahzad, Qadeer, Khan (2011). “Use Of Reinforcement Practices In The Educational Institutions And Its Impacts On Student Motivation”. *International Journal of Academic Research*, 3(1).
- Aracı, Hikmet (2006). *Öğretmenler ve Öğrenciler İçin Okullarda Beden Eğitimi*. 6.Baskı. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Argan, Metin ve Akın, Erkan (2007). “Elektronik Spor; Özellikleri, Kavram ve Uygulamalarına Yönelik Kuramsal Çerçeve”. *Akdeniz 4. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi* (9-11 Kasım 2007). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Argan, Metin, Özer, Alper ve Akın, Erkan (2006). “Elektronik Spor: Türkiye’deki Siber Sporcuların Tutum ve Davranışları”. *Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 1(2), 2-11.

- Arık, M. Bilal (2003). “Bir Televizyon Ürünü Olarak Futbolun Televizyonda Temsili”. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 16, 599-617.
- Aydın, Berkay, Hatipoğlu, Duygu ve Ceyhan, Çağdaş (2008). “Endüstriyel Futbol Çağında Taraftarlık”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 289-316.
- Ayhan, Ahmet (2000). *Dünden Bugüne Türkiye’de Bilim-Teknoloji ve Geleceğin Teknolojileri*. 1.Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Basım, Nejat ve Arğan, Metin (2009). *Spor Yönetimi*. 1. Baskı. Ankara: Detay Akademik Yayıncılık.
- Biçer, Turgay (1994). *Spor Yönetimi Organizasyonu Ekonomik Birim Olarak Spor İşletmeleri ve Uygulamadan Bir Örnek*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Binark, Mutlu ve Bayraktutan-Sütçü, Günseli (2009). *Dijital Oyun Rehberi: Oyun Tasarımı, Türler ve Oyuncu*. 1. Baskı. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Binark, Mutlu, Bayraktutan-Sütçü, Günseli ve Buçakçı, Fatma (2009). *Türkiye’de İnternet Kafelerde Dijital Oyuncular-Yeni Medya Okuryazarlığı Neden Gerekli?* İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Binark, Mutlu (2007). “Dijital Oyunlar: Sektör, İçerik ve Oyuncular”. *Folklor Edebiyat Dergisi*, 13(50), 4-22.
- Castells, Manuel (2005). *Ağ Toplumunun Yükselişi, Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum, Kültür*. Çev. Ebru Kılıç. 1. Baskı. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Churchill, A. Gilbert (1979). “A Paradigm For Developing Better Measures Of Marketing Constructs”. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73.
- Cole, Luella ve Morgan, John (2001). *Çocukluk ve Gençlik Psikolojisi*. Çev. Belkıs Halim Vassaf. İstanbul: Milli Eğitim Basımevi.
- Coşkun, Özgür ve Övür, Ayten (2020). “Tüketim Aracı Olarak Dijital Oyunlar: FIFA 2018

- Örneği”. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*, 4(2), 131-143.
- Çağlayan, H. Salim ve Fişekçioğlu, İ. Bülent (2004). “Futbol Seyircisini Şiddete Yönelten Faktörler”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, 127-142.
- Çati, Kahraman, Abdulhamit, Eş ve Onur, Özevin (2017). “Futbol Takımlarının Finansal Ve Sportif Etkinliklerinin Entropi ve Topsis Yöntemiyle Analiz Edilmesi: Avrupa’nın 5 Büyük Ligi ve Süper Lig Üzerine Bir Uygulama”. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 13(1), 199-222.
- De Grove, Frederik, Bourgonjon, Jeroen ve Van Looy, Jan (2012). “Digitalgames in theclassroom? A contextual appenroachto teachers adoption intention of digital games in formal education”. *International Journal of Game-Based learning*, 28(1), 2023-2033.
- Deen, Hammer, Bethencourt, Eiron, Thomas, Kaufman (2006). “Running Quake II On a Grid”. *IBM Systems Journal*, 45(1), 21-44
- Devecioğlu, Sebahattin (2008). “Futbolun Kurumsallaşması”. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 26, 373-396.
- Dever, Ayhan (2010). *Spor Sosyolojisi*. İstanbul: Başlık Yayın Grubu.
- Dinç, S. Cem ve Demircan, Mustafa (2016). “Tribünde Güncel Tartışma; Takıma Psikolojik Bağlılığın Passolig Uygulamasına İlişkin Taraftar Görüşleri Üzerine Etkisi”. *Celal Bayar Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 11(2), 25-38.
- Doğan, Dilek (2016). *Sınırsız Olasılıklar Dünyası: Dijital Oyunların Dünyü ve Bugünü*, Ankara: Ütopya Yayıncılık.
- Dündar, Aykut, Güllü, Mehmet, Arslan, Cengiz ve Murathan, Fatih (2012). “İlköğretim Öğrencilerinin Bilgisayar Oyun Bağımlılıklarının İncelenmesi”. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 89-100.
- ESPN. (2014). 2014 NBA Finals Ratings Up From Last Year, [http://www.espn.com/nba/playoffs/2014/story/\\_/id/11093667/nba-finals-2014-television-ratings-finals-last-season](http://www.espn.com/nba/playoffs/2014/story/_/id/11093667/nba-finals-2014-television-ratings-finals-last-season). Erişim Tarihi: 24.04.2020.

- Funk, Daniel C. (2017). Introducing a Sport Experience Design (SX) framework for sport consumer behaviour research. *Sport Management Review*, 20(3), 145-158.
- Funk, Daniel C., Pizzo, Anthony ve Baker, Bradley J. (2018). eSport Management: Embracing eSport Education and Research Opportunities. *Sport Management Review*, 21, 7-13.
- Funk, Daniel C., Filo, Kevin, Beaton, Anthony, ve Pritchard, Mark P. (2009). Measuring the motives of sport event attendance: Bridging the academic-practitioner divide to understanding behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 18(3), 126-138.
- Guttman, Allen (1986). *Sport Spectators*. New York: Columbia University Press.
- Gül, İlker, İsmail Kızıllırmak, Erhan, Güler ve Zehra, Yardı (2017). “Fuar Turizmi Kapsamında Oyun Fuarları: Gaming İstanbul Örneği”. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2, 101-120.
- Gümüş, Semih (2002). *Futbol ve Biz*, İstanbul: Can Yayınları.
- Gür, M. Raşit (2018). *Çok Oyuncululu Dijital Oyunlarda Oyun Oynama Pratikleri: MOBA ve MMORPG Oyunları Üzerine Karşılaştırmalı Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hamari, Juho ve Sjöblom, Max (2017). What is eSports and why do people watch it? *Internet Research*, 27(2).
- Hasırcı, Seyhan (2012). “Futbolda Şiddet ve Çözüm Yolları”. *Tam Saha Dergisi*, (Mayıs 25-26).
- Heere, Bob (2018). Embracing the sportification of society: Defining eSports through a polymorphic view on sport. *Sport Management Review*, 21, 21-24.
- Horzum, M. Barış, Ayas, Tuncay ve Çakır Balta, Özlem (2008). “Çocuklar İçin Bilgisayar Oyun Bağımlılığı Ölçeği”. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(30), 76-88.
- Huizinga, Johan (2013). *Homo Ludens: Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme*. Çev. Mehmet Ali Kılıçbay. 4.Basım. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

- Hussain, Zaheer, Glenn, A. Williams ve Mark, D. Griffiths (2015). “An Exploratory Study of the Association Between Online Gaming Addiction and Enjoyment Motivations for Playing Massively Multiplayer Online Role-Playing Games”, *Computers in Human Behavior*, 50, 221-230.
- İçöz, Ahmet (2015). “Finansal Adil Oyun Kuralları Çerçevesinde Futbol Kulüplerinin Mali Durumu ve Beşiktaş Futbol Kulübü Örneği”. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(21), 343-365.
- İnal, N. Ali (2004). *Futbol’da Eğitim Öğretim*. 2. Baskı. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- İnceoğlu, Metin (2011). *Tutum Algı İletişim*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- James, Jeffrey D. ve Ross, Stephen (2004). Comparing sport consumer motivations across multiple sports. *Sport Marketing Quarterly*, 13(1), 17-25.
- Jordan, Jeremy S ve Brian, A. Turner (2008). “The Feasibility of Single-İtem Measures For Organizational Justice”. *Measurement in Physical Education and Exercise Science*, 12(4), 237-257.
- Kabamba, Celestin ve Bailey, Jordan (2011). “Personality Differences Among Team and Individual Sport Athletes”. *Randolph College Sport Preferences*, 1, 2-17.
- Kantar, Hüseyin (2008). *İşletmede Motivasyon*. İstanbul: Kumsaati Yayın Dağıtım.
- Karagözoğlu, Cengiz ve Ay, S. Mungan (1999). “Futbol Seyircisinde Saldırganlık Eğilimleri (İstanbul Örneği)”. *Hacettepe Üniversitesi Futbol Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6(3), 27-31.
- Karakuş, Efe Can (2015). *Comparing Traditional Sports And Electronic Sports*. Yüksek Lisans Tezi. Illinois: University of Illinois.
- Karayılmaz, Ahmet (2006). *Amatör Küme Futbolcularını Saldırganlığa İten Psiko-Sosyal Nedenler (Zonguldak Süper Amatör Ligi Örneği)*. Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kat, Harun (2009). *Bireysel Sporcularla Takım Sporcularının Stres Düzeyleri ve Problem Çözme Becerilerinin Karşılaştırılması*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

- Katırcı, Hakan (2007). *Türk Spor Kulüplerinde İletişim Yönetimi: Türkiye Profesyonel Futbol Liglerinde Yer Alan Spor Kulüplerinin İletişim Uygulamalarına Yönelik Bir Araştırma*. Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Katkat, Dursun (2011). *Seyirci Hizmetleri Biletleme Raporu*. Erzurum: Gençlik ve Spor Bakanlığı EWU Arşiv.
- Keaton, Shaughan, Nicholas M. Watanabe ve Christopher, C. Gearhart (2015). “A Comparison Of College Football and NASCAR Consumer Profiles: Identity Formation and Spectatorsip Motivation”. *Sport Marketing Quarterly*, 24, 43-55.
- Kerrigan, Colm (2005). *Teachers and Football: Schoolboy Association Football in England. 1885-1915*. Abingdon: Routledge Publishing.
- Keser, Aşkın (2012). *Örgütlerde Motivasyon, Örgüt Sosyolojisi*. Bursa: Dora Basım Yayın.
- Kocaömer, Celal (2018). *Elektronik Spor Faaliyetlerinde Sponsorluğun Marka Değeri Üzerine Etkisi: League of Legends Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Koçel, Tamer (2005). *Yöneticilik ve Motivasyon, İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Kol, Suat (2011). “Erken Çocuklukta Bilişsel Gelişim ve Dil Gelişimi”. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 21(21), 1-21.
- Küçük, Veysel ve Koç, Harun (2004). “Psiko-Sosyal Gelişim Süreci İçerisinde İnsan ve Spor İlişkisi”. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10, 131-142.
- Kwon, Hyungil, ve Galen Trail. (2005). “The Feasibility of Single-İtem Measures in Sport Loyalty Research”. *Sport Management Review*, 8(1), 69-88.
- Laird John, Lend Brian Magerko, Mazin Assanie, Alex, Kerfoot ve Devvan, Stokes (2000). “AI Characters and Directors for Interactive Computer Games”. *AAI Emerging Applications*, 2(2), 5-7.
- Lee, Donghun ve Linda J. Schoenstedt (2011). “Comparison of eSports and Traditional

- Sports Consumption Motives”. *Journal of Research*, 6(2), 39-44.
- Lee, Long-Yuan (2015). “Factors Affecting Sport Event Attendance: Difference between Participants and Spectators”. *The Journal of International Management Studies*, 10(2), 27-36.
- Lee, Sang Woo, Jae Woong An, and Ji Young Lee (2014). “The Relationship Between eSports Viewing Motives and Satisfaction: The Case of League of Legends.”. *Proceedings of International Conference on Business, Management & Corporate Social Responsibility*.
- Lohnes, John ve William, Garrett (1996). *Soccer In Sports Medicine: The School Of The Aged Athlete*. Philadelphia: WB Saunders.
- Mahony, Daniel F., Nakazawa, Makoto, Funk, Daniel C., James, Jeffrey D. ve Gladden, James M. (2002). Motivational factors influencing the behaviour of J. League spectators. *Sport Management Review*, 5(1), 1-24.
- Mindshare (2016). Game On What Marketers Should Know About eSports Fans, <http://www.mindshareintheloop.com/home/2016/6/14/game-on-what-marketersshould-know-about-esports-fans>. Erişim Tarihi: 24 Nisan 2020.
- Mullin, Bernard, Hardy, Stephen ve William, A. Sutton (2007). *Sport Marketing*. Illinois: Human Kinetics.
- Newzoo. (2016). *2016 Global Games Market Report*. Newzoo, <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-reaches-99-6-billion-2016-mobile-generating-37/>, Adresinden Alındı (03.04.2020).
- Newzoo (2017). Esports Quarterly Update: The Global Esports Market Will Generate \$660 Million in 2017, a 34% YoY Growth. <https://newzoo.com/news/esports-quarterly-update-global-esports-market-will-generate-660-million-2017-34-yoy-growth/>, Adresinden Alındı (04.04.2020).
- Newzoo (2018). Newzoo’s Global Esports Market Report, Newzoo. <https://newzoo.com/insights/trend-reports/global-esports-market-report-2018-light/> Adresinden Alındı (05.04.2020).
- Newzoo (2019). Newzoo’s Global Esports Market Report,

<https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-global-esports-economy-will-top-1-billion-for-the-first-time-in-2019/> Adresinden Alındı (06.04.2020).

Or, Erden (2009). *Taraftar Memnuniyeti*. İstanbul: TFF- FGM Futbol Eğitim Yayınları.

Orçun, Çağatay ve Demirtaş, Mehmet Can (2015). “Gelişen Futbol Ekonomisinde Taraftarların kulüp Değerlerine Olan Bakış açıları: Bucaspor Örneği”. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(1), 113-126.

Öğüt, Eker (2010). “Futbolun Dayanılmaz Çekiciliği, Büyülenen Taraftar Portresi, Fanatizm ve Beşiktaş”. *Milli Folklor Uluslararası Kültür Araştırmaları Dergisi*, 22(85), 173-182.

Özbıçakçı, Samet Taygun (2016). *Esports: Alternative Fandom Research in Turkey*. Ankara: Bilkent University.

Pekel, Hüseyin Nail (2001). *İşletmelerde Motivasyon Verimlilik İlişkisi, Devlet Hava Meydanları İşletmesi Antalya Havalimanı Çalışanları Arasında Bir Örnek Olay Araştırması*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Pizzo, Anthony, Baker J. Bradley, Na, Sangwon, Lee, Mi Ae, Kim, Doohan ve Funk, Daniel C. (2018). “eSport vs. Sport: A Comparison of Spectator Motives”. *Sport Marketing Quarterly*, 27, 108-123.

Pizzo, Anthony, Funk, Daniel C. ve Baker, J. Bradley (2018). eSport Management: Embracing eSport Education and Research Opportunities. *Sport Management Review*, 21, 7-13.

Polat, Ercan (2013). *Spor Seyircilerinin Spor Müsabakalarını Seyretme Sebeplerinin İncelenmesi: Üniversite Öğrencileri Örneği*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Purplepan (2018). Türkiye’de eSpor, <https://www.purplepan.com/turkiyede-espor-ve-dunyada-espor/>. Erişim Tarihi: 21 Nisan 2020.

Reilly, Thomas (1996). *Science and Soccer*. London: E and FN Spon.

Rositer, John, R (2002). “The C-OAR-SE Procedure For Scale Development İn

- Marketing”. *International Journal of Research in Marketing*, 19(4), 305-335.
- Ryan, Richard, M ve Edward L. Deci (2000). “Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. Contemporary”. *Educational Psychology*, 25(1), 54-67.
- Salen, Katie ve Eric, Zimmerman (2005). “Game Design and Meaningful Play”. *Handbook of Computer Games*, 59, 59-79.
- Sarıalp, Ruhi (2001). *Düşünceler ve Denemeler: Tarih, Kültür, Spor*. İstanbul: Temel Yayınları.
- Sayılğan, Özge (2016). *Etkileşimli Drama Olarak Dijital Oyunlar ve ‘Etkileşimliliğin İdeolojisi’ Bağlamında Oyuncu Alımlama Pratikleri*. Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Schwartz, Nick (2014). 27 million people watched the 'League of Legends' World Championship (more than the World Series or NBA Finals), <http://ftw.usatoday.com/2014/12/league-of-legends-worlds-viewershipesports-world-series-nba-finals>. Erişim Tarihi: 24 Nisan 2020.
- Sezen, Tonguç (2011). *Dijital Oyunları Anlamak: Oyun, Anlatı, Yazılım ve Platform Perspektiflerinden Dijital Oyunlara*. 2. Baskı. İstanbul: Derin Yayınları.
- Shank, Matthew (2005). *Sport Marketing: A strate Gicperspective*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Shank, Matthew ve Lyberger, Mark R. (2015). *Sports Marketing a Strategic Perspective*. New York: Routledge.
- Siemens, Jennifer Christie (2015). “Level up! The Role of Progress Feedback Type for Encouraging Intrinsic Motivation and Positive Brand Attitudes in Public Versus Private Gaming Contexts”. *Journal of Interactive Marketing*, 32, 1-12.
- Silah, Mehmet (2005). *Sosyal Psikoloji Davranış Bilimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Slentz, Duscha, Johnson, Ketchum, Aiken, Samsa, Houmard, Bales ve Kraus (2004). “Effects of The Amount of Exercise on Body Weight, Body Composition and Measures of Central Obesity: Stride-a Randomized Controlled Study”. *Archives*

*of Internal Medicine*, 164(1), 31-39.

SuperData Research (2016). Esports market goes mainstream as viewership reaches 214M, <https://www.superdataresearch.com/esportsmarket-2016/>. Erişim Tarihi: 24 Nisan 2020.

Şahin, Murat (2003). *Sporda Şiddet ve Saldırganlık*. Ankara: Nobel Yayınları.

Şimşek, M. Şerif, Akgemci, Tahir ve Çelik, Adnan (2011) Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış. Ankara: Gazi Kitabevi.

T.C. Gençlik ve Spor Bakanlığı (2018). “eSpor Raporu”. *Gençlik Araştırmaları Haber Bülteni*, 5, 14-19.

Tahiroğlu, Ayşegül Yolga, Çelik, Gonca Gül, Avcı, Ayşe, Seydaoğlu, Gülşah, Uzel, Mehtap ve Altunbaş, Handan (2010). “Short-term Effects Of Playing Computer Games On Attention”. *Journal of Attention Disorders*, 13(6), 668-676.

Tassi, Paul (2014). <https://www.forbes.com/sites/insertcoin/2014/01/27/riots-league-of-legends-reveals-astonishing-27-million-daily-players-67-million-monthly/#415daff6d39f>. Erişim Tarihi: 27 Mart 2020.

Taylor, T. L. (2012). Raising the Stakes: eSports and the Professionalization of Computer Gaming. *Mit Press*.

Tok, Serdar (2004). Spor Tüketimi Davranışını Etkileyen Motivasyonel Faktörler ve Spor Tüketimi Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması (İzmir İli Örneği). Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.

Türkiye Futbol Federasyonu (2020). <https://www.tff.org/default.aspx?pageID=328>. Erişim Tarihi: 2 Mart 2020.

Thiborg, Jesper (2010). “Electronic Sport and Its Impact on Future Sport”. *Sport in Society: Cultures, Commerce, Media, Politics*, 13(2), 287-299.

Tokmak, Gizem ve Aksoy, Razaman (2016). “Futbol Taraftarlarının Takımın Forma Sponsor Markasına Olan Satın Alma Niyetlerini Etkileyen Faktörlerin Lojistik Regresyon Analizi ile Tespit Edilmesi”. *İstanbul Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 6(2), 75-90.

- Torun, Derya (2015). *Yönetim Sürecinde Yönetici İletişim Becerilerinin Çalışan Motivasyonu Üzerindeki Etkileri ve Sağlık Kurumlarında Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Aydın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Trail, T. Galen ve James, D. Jeffrey (2001). The motivation scale for sport consumption: Assessment of the scale's psychometric properties. *Journal of Sport Behavior*, 24(1), 108-127.
- Tükenmez, Metin (2011). *Toplumbilim ve Spor*. İstanbul: Kaynak Yayınları.
- Türk Dil Kurumu (2020). Türk Dil Kurumu Sözlükler, <https://sozluk.gov.tr/>.
- Tütüncü, Özkan (2017). *Futbolcularda Aralıklı ve Statik Germe Yöntemlerinin Anaerobik Performans Üzerine Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Tyre, Anthony (2018). *A Current Comparison Of eSports & Traditional Sports, "Plug Me In Coach!"*. Fullerton: Faculty of California State University,
- Tyreal Yizhou Qian, James Jianhui Zhang, Jerred Junqi Wang ve John Hulland (2019). "Beyond the Game: Dimensions of Esports Online Spectator Demand". *Communication & Sport*, 1-27.
- Üçüncüoğlu, Mertkan ve Çakır, Veli Ozan (2017). "Modern Spor Kulüplerinin Esport Faaliyetlerine İlgi Gösterme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma". *İnönü Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), 13-19.
- Ünal, Gülen ve Batı, Uğur (2011). *Dijital Oyunlar Kendi Dünyanda Yaşa, Bizimkinde Oyna*. İstanbul: Derin Yayınları.
- Ünsal, Bahar ve Ramazanoğlu, Fikret (2013). "Spor Medyasının Toplum Üzerindeki Sosyolojik Etkisi". *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 36-46.
- Wagner, Michael G. (2006). "On The Scientific Relevance Of Esports". *In International Conference On Internet Computing*, 437-442.
- Wann, Daniel, Melnick, Merrill, Russell, Gordon ve Pease, Dale (2001). *Sport Fans*. New York: Routledge.

- Weiss, Thomas ve Schiele, Sabrina (2013). Virtual worlds in competitive contexts: Analyzing eSports consumer needs. *Electron Markets*, 23, 307-316
- Woods, B. Ronald (2016). *Social Issues In Sport*. 3th. Edition. Illinois: Human Kinetics.
- Yazıcı, T. Zümrüt (2018). Yeni bir dünya: Espor - espor ve futbol kitlelerinin karşılaştırması. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Lisansüstü Programlar Enstitüsü.
- Yengin, Deniz (2010). *Dijital Oyunlarda Şiddet Kavramı: Yeni Şiddet*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yetim, Azmi (2014). *Sosyoloji ve Spor*. 6. Baskı. Ankara: Berikan Yayınevi.
- Yıldıran, İbrahim, Karaküçük, Suat, İmamoğlu A Faik ve Ekenci, Güner (1993). “Beden Eğitimi ve Spor Öğrenimi Veren Yüksek Öğrenim Kurumlarının Öğretim Programlarının Toplumsal Beklentilere Uygunluk Düzeyleri Bakımından Analizleri”. *Eğitim Dergisi*, 3, 55-70.
- Yılmaz, Erdal ve Çağıltay, Kürşat (2005). “History of Digital Games İn Turkey”. Proceedings of 2005 Conference: Changing Views-Worlds in Play.
- Yolal, Medet (2016). *Turizm Araştırmalarında Örneklem Bibliyometrik Bir Araştırma*. 1.Basım. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yörük, Sevil (2014). *Fanatik Futbol Taraftarlarında Madde Kullanımı İle Çocukluk Çağı Travması, Benlik Saygısı ve Kişilik Bozukluklarının İlişkisinin Araştırılması*. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yükçü, Süleyman ve Kaplanoğlu, Emre (2018). “eSpor Endüstrisi”. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1(11), 533-550.
- <https://blog.monsternotebook.com.tr/fps-oyunu-nedir-en-cok-oylanan-fps-oyunlari-nelerdir/>, Erişim Tarihi: 21 Mart 2020.
- <https://events.tr.leagueoflegends.com/>, Erişim Tarihi: 8 Nisan 2020.
- <https://m.turkiyegazetesi.com.tr/ekonomi/653763.aspx>, Erişim Tarihi: 22 Nisan 2020.
- <https://mobatr.net/haber/msi-2017-hakkinda-merak-edilenler>, Erişim Tarihi: 5 Nisan

2020.

<https://playerbros.com/fifa-eclub-world-cup-elemelerinde-galatasaray-ve-futbolist-firtinasi-esiyor/> Erişim Tarihi: 14 Nisan 2020.

<https://technotoday.com.tr/FIFA-2005/>, Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020.

<https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/>, Erişim Tarihi: 1 Nisan 2020.

<https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/>, Erişim Tarihi: 4 Nisan 2020.

<https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/champions/>, Erişim Tarihi: 4 Nisan 2020.

<https://tr.leagueoflegends.com/tr-tr/how-to-play/>, Erişim Tarihi: 5 Nisan 2020.

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Electronic\\_Arts](https://tr.wikipedia.org/wiki/Electronic_Arts), Erişim Tarihi: 21 Nisan 2020.

[https://tr.wikipedia.org/wiki/FIFA\\_\(video\\_oyunu\\_serisi\)#cite\\_note-1](https://tr.wikipedia.org/wiki/FIFA_(video_oyunu_serisi)#cite_note-1), Erişim Tarihi: 21 Nisan 2020.

[https://tr.wikipedia.org/wiki/FIFA\\_20](https://tr.wikipedia.org/wiki/FIFA_20), Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020.

[https://tr.wikipedia.org/wiki/Riot\\_Games](https://tr.wikipedia.org/wiki/Riot_Games), Erişim Tarihi: 8 Nisan 2020.

<https://watch.LOLesports.com>, Erişim Tarihi: 6 Nisan 2020.

<https://worldoftanks.eu/tr/tournaments/>, Erişim Tarihi: 20 Mart 2020.

<https://www.ea.com/stay-and-play?isLocalized=true>, Erişim Tarihi: 20 Nisan 2020.

<https://www.ea.com/tr-tr/games/FIFA/FIFA-20/news/FIFA-stay-and-play-cup>, Erişim Tarihi: 20 Nisan 2020.

<https://www.ea.com/tr-tr/games/FIFA/FIFA-20/volta>, Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020.

<https://www.esporfix.com/LOL/turkiye-buyuk-finali-yer-ve-tarihi-belli-oldu/> Erişim Tarihi: 3 Nisan 2020.

<https://www.esporfix.com/rehber/FIFA-20-inceleme/>, Erişim Tarihi: 15 Nisan 2020.

<https://www.esportsearnings.com/countries/tr>, Erişim Tarihi: 15 Mart 2020.

<https://www.fanatik.com.tr/tesfed-FIFA-20-turnuvasini-baslattigini-duyurdu-odul-50-bin-tl-2131353>, Erişim Tarihi: 16 Nisan 2020.

<https://www.fizidi.com/moba-nedir/>, Erişim Tarihi: 22 Mart 2020.

<https://www.hurriyet.com.tr/teknoloji/league-of-legends-turkiye-buyuk-finalinde-sampiyon-belli-oldu-41318014>, Erişim Tarihi: 1 Nisan 2020.

<https://www.magicgameworld.com/rts-oyun-turu-nedir/>, Erişim Tarihi: 20 Mart 2020.

<https://www.pvpserverler.org/wiki/pvp-nedir/>, Erişim Tarihi: 20 Mart 2020.

<https://www.redbull.com/tr-tr/pubg-hakkinda-bilmeniz-gerekenler>, Erişim Tarihi: 21 Mart 2020.

[https://www.wikiwand.com/en/FIFA\\_International\\_Soccer](https://www.wikiwand.com/en/FIFA_International_Soccer), Erişim Tarihi: 10 Nisan 2020.



**Ek 1: Anket Formu**

**Geleneksel Spor Ve eSpor Seyircilerinin İzleyici Profilleri Ve Tercih  
Nedenlerinin Karşılaştırılması**

Değerli katılımcı, Spor ve eSpor Seyirci Motivasyonlarını belirlemeye çalıştığımız bu çalışmada anketimize vereceğiniz yanıtlar yalnızca bilimsel amaçla kullanılacaktır. Bu çalışma bilimsel bir araştırma olup formlara isim yazılmasına gerek yoktur. Soruların doğru ya da yanlış cevapları olmadığı için her soruyu yanıtlamanız çalışmamız açısından çok önemlidir. Bu formda yer alan soruların ortalama yanıt süresi 15 dakikadır. Çalışmamıza zaman ayırıp katkı sağladığınız için teşekkür ederiz.

**1.En Çok İlgi Duyduğunuz Branş** : ( ) Futbol ( ) Fifa Online ( ) LOL

**2.Cinsiyetiniz** : ( )Erkek ( )Kadın

**3.Doğum Tarihiniz** :

**4. Eğitim Durumu (Mezun Olduğunuz)** :

( )İlköğretim ( )Lise ( )Önlisans ( )Lisans ( )Yüksek Lisans ( )Doktora

**5.Mesleğiniz** :

**6.Kişisel Aylık Geliriniz** :

**7.Spor Yapıyor Musunuz** : ( )Evet ( )Hayır (Evet ise) Kaç Yıldır :

*“AŞAĞIDAKİ İFADELERİ EN ÇOK İLGİ DUYDUĞUNUZ FUTBOL, LOL, FIFA BRANŞLARINDAN BİRİSİNİ DÜŞÜNEREK CEVAPLAYINIZ “*

**8.Ne kadar sıklıkla YUKARIDA BELİRTİLEN BRANŞLARDAN BİRİSİNİN müsabakalarını izlersiniz?**

( )Her Hafta ( )İki Haftada Bir ( )Ayda Bir ( )Yılda 1-2 Defa ( )Hiç

**9.Daha önce bir YUKARIDA BELİRTİLEN BRANŞLARDAN BİRİSİNİN müsabakasına oyuncu olarak katıldınız mı?**

( )Evet ( )Hayır

**10.Son 12 ay içinde kaç tane YUKARIDA BELİRTİLEN BRANŞLARDAN BİRİSİNİN karşılaşmasına seyirci olarak katıldınız?\_\_\_\_\_**

**11.Haftada kaç saat Video Oyunu oynuyorsunuz? \_\_\_\_\_ saat**

**12.Ne zamandır Video Oyunu oynuyorsunuz? \_\_\_\_\_ ay**



Lütfen, aşağıdaki maddelere katılma veya katılmama derecenizi en iyi yansıtan ifadeyi işaretleyiniz.

|                                                                                                                                                   | Kesinlikle Katılmıyorum | Katılmıyorum | Kısmen Katılmıyorum | Kararsızım | Kısmen Katılıyorum | Katılıyorum | Kesinlikle Katılıyorum |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------|---------------------|------------|--------------------|-------------|------------------------|
| 1 Her şeyden önce kendimi bir Futbol / FIFA Online / LOL hayranı olarak görüyorum                                                                 |                         |              |                     |            |                    |             |                        |
| 2 Favori oyuncum kazandığında başarı hissi hissediyorum.                                                                                          |                         |              |                     |            |                    |             |                        |
| 3 Futbol / FIFA Online / LOL maçlarını çok heyecan verici buluyorum.                                                                              |                         |              |                     |            |                    |             |                        |
| 4 Futbol / FIFA Online / LOL maçlarına katılmamın ana nedeni en sevdiğim oyuncuya tezahürat etmektir.                                             |                         |              |                     |            |                    |             |                        |
| 5 Oyuncular tarafından gerçekleştirilen başarılı oyunlar ve stratejiler, Futbol / FIFA Online / LOL'ün eğlenceli olmasının önemli bileşenleridir. |                         |              |                     |            |                    |             |                        |
| 6 Futbol / FIFA Online / LOL maçları bana diğer insanlarla sosyalleşmek için büyük fırsatlar sunuyor.                                             |                         |              |                     |            |                    |             |                        |
| 7 Başa baş giden maçlar, skoru açık ara farklı giden maçlara göre daha                                                                            |                         |              |                     |            |                    |             |                        |

eğlencelidir.

- 8 Futbol / FIFA Online / LOL  
oyuncuları beni özendirir/ ilham verir.
- 9 Futbol / FIFA Online / LOL'ü  
izlemek için ödediğim fiyat,  
aldığım hazzı değer.
- 10 Futbol / FIFA Online / LOL  
maçlarındaki görülen  
sağlıklı/yararlı ortama değer veriyorum.
- 11 Futbol / FIFA Online / LOL  
maçlarına katılmak, ailemle bağ kurmama şans verir.
- 12 Futbol / FIFA Online / LOL  
maçlarını izleyerek strateji anlayışımı artırabilirim.
- 13 Futbol / FIFA Online / LOL  
maçlarını izlerken “üstün beceriler” takdir ettiğim bir şeydir.
- 14 Fiziksel olarak çekici oyuncuları izlemekten zevk alıyorum.
- 15 Oyuncuların hırslı/atılğan davranışlarından zevk alıyorum.



## ÖZGEÇMİŞ

**Adı ve Soyadı** : Muhammed Hüseyin OCAK

**Doğum Tarihi** : 12.08.1993

**Doğum Yeri** : İstanbul

**Eğitim Durumu** : 2018 – 2020 Yüksek Lisans Eğitimi.

2014 – 2018 Lisans Eğitimi.

**Yabancı Diller** : **İngilizce**

YÖKDİL : 66.25

**Deneyimler** : İstanbul Esenyurt Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor  
Yüksekokulu Spor Yöneticiliği Bölümü – Araştırma Görevlisi –  
11.02.2019