



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Enes Buğra ÖZ

SPORUN DÖNÜŞÜMÜ: ESPOR EKOSİSTEMİNİN GÜNCELİ VE GELECEĞİNİN
SİSTEMDEKİ AKTÖRLER TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Rekreasyon Ana Bilim Dalı
Doktora Tezi

Antalya, 2024



AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



Enes Buğra ÖZ

SPORUN DÖNÜŞÜMÜ: ESPOR EKOSİSTEMİNİN GÜNCELİ VE GELECEĞİNİN
SİSTEMDEKİ AKTÖRLER TARAFINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Danışman

Prof. Dr. Faik ARDAHAN

Rekreasyon Ana Bilim Dalı

Doktora Tezi

Antalya, 2024

Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğüne,

Enes Buğra ÖZ'ün bu çalışması jürimiz tarafından Rekreasyon Ana Bilim Dalı
Doktora Programı tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan : Prof. Dr. Ekrem BOYALI (İmza)

Üye (Danışmanı) : Prof. Dr. Faik ARDAHAN (İmza)

Üye : Prof. Dr. Mustafa YILDIZ (İmza)

Üye : Doç. Dr. Ali TATLICI (İmza)

Üye : Doç. Dr. Erdi KAYA (İmza)

Tez Başlığı: Sporun Dönüşümü: Espor Ekosisteminin Günceli Ve Geleceğinin Sistemdeki Aktörler Tarafından Değerlendirilmesi

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Tez Savunma Tarihi : 08/07/2024

Mezuniyet Tarihi : 18/07/2024

(İmza)
Prof. Dr. Seda BAYRAKTAR
Müdür

AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Sporun Dönüşümü: Espor Ekosisteminin Günceli Ve Geleceğinin Sistemdeki Aktörler Tarafından Değerlendirilmesi” adlı bu çalışmanın, akademik kural ve etik değerlere uygun bir biçimde tarafımcı yazıldığını, yararlandığım bütün eserlerin kaynakçada gösterildiğini ve çalışma içerisinde bu eserlere atıf yapıldığını belirtir; bunu şerefimle doğrularım.

Enes Buğra ÖZ





T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ ÇALIŞMASI ORJİNALLİK RAPORU BEYAN BELGESİ

Öğrenci Bilgileri	
Adı-Soyadı	Enes Buğra ÖZ
Öğrenci Numarası	20185286003
Anabilim Dalı	Rekreasyon
Programı	Doktora
Danışman Öğretim Üyesi Bilgileri	
Unvanı, Adı-Soyadı	Prof. Dr. Faik ARDAHAN
Doktora Tez Başlığı	Sporun Dönüşümü: Espor Ekosisteminin Günceli Ve Geleceğinin Sistemdeki Aktörler Tarafından Değerlendirilmesi
Turnitin Bilgileri	
Ödev Numarası	2415145396
Rapor Tarihi	11.07.2024
Benzerlik Oranı	Alıntılar hariç: %14 Alıntılar dahil: %15
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE, Yukarıda bilgileri bulunan öğrenciye ait tez çalışmasının a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana Bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 108 sayfalık kısmına ilişkin olarak Turnitin adlı intihal tespit programından Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esaslarında belirlenen filtrelemeler uygulanarak yukarıdaki detayları verilen ve ekte sunulan rapor alınmıştır. Danışman tarafından uygun olan seçenek işaretlenmelidir: (X) Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşmıyor ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylarım. () Benzerlik oranları belirlenen limitleri aşıyor, ancak tez/dönem projesi danışmanı intihal yapılmadığı kanısında ise: Yukarıda yer alan beyanın ve ekte sunulan Tez Çalışması Orijinallik Raporunun doğruluğunu onaylar ve Uygulama Esaslarında öngörülen yüzdelik sınırlarının aşılmasına karşın, aşağıda belirtilen gerekçe ile intihal yapılmadığı kanısında olduğumu beyan ederim.	
Gerekçe:	
Benzerlik taraması yukarıda verilen ölçütlere uygun olarak tarafımca yapılmıştır. İlgili tezin orijinallik raporunun uygun olduğunu beyan ederim.	
Danışman Öğretim Üyesi Unvanı, Adı-Soyadı Prof. Dr. Faik ARDAHAN İmza	

İÇİNDEKİLER

ŞEKİLLER LİSTESİ	iv
TABLolar LİSTESİ	v
KISALTMALAR LİSTESİ	vi
ÖZET	vii
ABSTRACT	viii
TEŞEKKÜR.....	ix
ÖNSÖZ	x
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK SPOR (E-SPOR)

1.1. E-Spor'un Tarihçesi	4
1.2. E-Spor Özellikleri	5
1.3. E-Spor Türleri	5
1.4. Elektronik Sporcular Ve Oyuncu Kategorileri	9
1.5. Dünya'da E-Spor	10
1.6. Dünya E-Spor Federasyonu	11
1.7. Türkiye'de E-Spor	12
1.8. Gençlik Ve Spor Bakanlığı, E-Spor Raporu	12
1.9. İstatistiklerle E-Spor	13
1.10. E-Spor'un Olumlu Ve Olumsuz Etkileri	14
1.11. E-Spor Ekonomisi.....	14
1.11.1. E-Spor Pazarı	17
1.12. E-Spor Ve Deneyim Pazarlaması	18
1.13. E-Spor Yatırımları	19
1.14. Spor Ve Boş Zaman Etkinlikleri İçin E-Spor	20
1.15. E-Spordaki Farklılıklar	23
1.16. E-Sporun Avantajları	24
1.17. Aktif E-Spor.....	24

İKİNCİ BÖLÜM

GEREÇ VE YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli	27
2.2. Çalışma Grubu	28

2.3. Veri Toplama Araçları	29
2.4. Veri Toplama Süreci	31
2.5. Verilerin Çözümlemesi Ve Yorumlanması.....	31
2.6. Geçerlilik ve Güvenirlilik	33

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

3.1. Esport Alanına Yönelme Temasına Ve Kodlara Verilen Cevaplar	37
3.1.1. İmkanlar.....	37
3.1.2. Gelişmekte Olan Alan	37
3.1.3. Yoğun İlgi.....	39
3.2. Esportun Gelişim Sebepleri Temasına Ve Kodlara Verilen Cevaplar	40
3.2.1. İnsan Ve Fiziki Çevre	40
3.2.2. Kuşak Farkı	40
3.2.3. Önyargıların Olumlu Etkisi	41
3.3. Ekosistemin Değerlendirilmesi Temasına Ve Kodlara Verilen Cevaplar	43
3.3.1. Federasyon.....	43
3.3.2. Yatırımcı Açısından.....	45
3.3.3. Pazarlama Açısından	47
3.3.4. İzleyici/Taraftar Açısından	48
3.3.5. Sporcu Açısından.....	49
3.3.6. Pazar Fırsatları.....	50
3.4. Gelişim Aşamaları Ve Nedenleri Temasına Ve Kodlara Verilen Cevaplar	54
3.4.1. Geleneksel Sportlardan Uzaklaşma	54
3.4.2. Köklü Kulüplerin Sektöre Girişi.....	54
3.4.3. Medyanın Etkisi.....	56
3.4.4. Genç Nüfusun İlgi.....	57
3.5. Esportun Geleceği Temasına Ve Kodlara Verilen Cevaplar	58
3.5.1. Sport Sektöründeki Yeri	58
3.5.2. Eğitsel Süreçler.....	59
3.5.3. Mesleki Gelecek	59
3.6. Beklentiler Temasına Ve Kodlara Verilen Cevaplar	61
3.6.1. Kulüpler	61
3.6.2. Bakanlık.....	62

3.6.3. Federasyon.....	64
3.6.4. Yükseköğretim	64
SONUÇ	67
KAYNAKÇA.....	76
EK-1 GÖRÜŞME VE ONAM FORMU	85
ÖZGEÇMİŞ.....	87



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1 Arcade	4
Şekil 1.2 MOBA Popüler Oyunları	6
Şekil 1.3 FPS Popüler Oyunları.....	7
Şekil 1.4 RTS Popüler Oyunları	7
Şekil 1.5 CCG Popüler Oyunları	8
Şekil 1.6 Popüler Fighter Oyunları.....	8
Şekil 1.7 Popüler Spor Oyunları.....	9
Şekil 1.8 E-Spor Gelir Artışı	16
Şekil 1.9 Oyun Spektrumu	21
Şekil 3.1 Çalışma Sürecinde Elde Edilen Kelime Bulutu	35

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 2.1 Katılımcı Özellikleri.....	29
Tablo 3.1 Katılımcıların E-spor Alanına yönelme Temasına Verdikleri Cevapların Kod Dağılımları.....	36
Tablo 3.2 Katılımcıların E-sporun gelişim sebepleri Temasına Verdikleri Cevapların Kod Dağılımları.....	39
Tablo 3.3 Katılımcıların E-sporun gelişim sebepleri Temasına Verdikleri Cevapların Kod Dağılımları.....	42
Tablo 3.4 Katılımcıların Gelişim Aşamaları ve nedenleri Temasına Verdikleri Cevapların Kod Dağılımları.....	52
Tablo 3.5 Katılımcıların Esportun Geleceği Temasına Verdikleri Cevapların Kod Dağılımları	57
Tablo 3.6 Katılımcıların Beklentiler Temasına Verdikleri Cevapların Kod Dağılımları.....	60

KISALTMALAR LİSTESİ

ACSM	: Sağlık ve Fitness İçin Amerikan Spor Hekimliği Koleji
BMI	: Vücut Kitle İndeksi
E-Spor	: Elektronik Spor
FPS	: Birinci Şahıs Nişancı
LOL	: League of Legends
MMORPG	: Devasa Çok Oyunculu Çevrimiçi Rol Yapma Oyunlarını
MOBA	: Çok Oyunculu Çevrimiçi Savaş Arenası
RTS	: Gerçek Zamanlı Strateji
SPL	: Siberatlet Profesyonel Ligi

ÖZET

Bu çalışmanın amacı Elektronik Spor kavramına yönelik uzman ve sporcu görüşlerinin belirlenmesi ve mevcut duruma istinaden regülatif öneriler ile elektronik sporun geleceğinin irdelenmesidir. E-spor'un muhtemel gelişimi göz önüne alındığında, bilimsel bağlamda multidisipliner çalışma alanlarını ilgilendirmektedir. Spor, teknoloji, sosyoloji, psikoloji, çevre psikolojisi, antropoloji ve benzeri alanların ortak bir yapıda çalışması ve elektronik sporcuların gelişimsel süreçlerinin izlenmesi gerekmektedir. Diğer yandan rekreatif değerinin öne çıkması ve bireysel ve toplumsal etkisi düşünüldüğünde, alınması gereken önlem ve uygulamalar belirlenmelidir.

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden olgubilim ve durum çalışması desenlerinden yararlanılmıştır. Araştırmanın evrenini Türkiye E-spor müsabakalarına katılan sporcular ve Türkiye'de spor eğitimi veren yükseköğretim kurumlarında görev yapan akademisyenler ve E-spor ekosisteminde bulunan uzman ve yöneticiler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini amaçlı örnekleme yolu ile seçilen ve E-spor konusunda yayın ve çalışmaları olan, ders verme deneyimi olan akademisyenler ve yönetim kanalında çalışan E-spor uzmanları ve uluslararası alanda yarışmalara katılan çeşitli oyun türlerinde oyuncular oluşturmuştur. Katılımcılara KGI değerlendirilmesi yapılmış yarı yapılandırılmış sorular yöneltilmiştir.

Çalışmanın sonucunda 6 tema (alana yönelme, Espora ilgi, ekosistem değerlendirmesi, gelişim aşamaları ve nedenleri, Esportun geleceği ve beklentiler) ve 23 alt kod oluşmuştur. Elektronik spor sektörünün gelişimi göz önüne alındığında bu alanın gerisinde kalmamak, bu alanla ilgili tanımlamaları bilimsel olarak ortaya çıkarmak için farkındalık çalışmaları gerekmektedir. Bilhassa spor bilimcilerin bu konudaki görüşleri ve yönelimleri E-sporun kabul görmesi açısından önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra elektronik sporcu olan bireylerin ulusal ve uluslararası bağlamdaki sorunlarının belirlenmesi, önlem alma ve çözüm geliştirme noktasında etkili olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Esport, Dijital, Teknoloji, Elektronik spor

ABSTRACT

TRANSFORMATION OF SPORTS: ASSESSMENT OF THE CURRENT AND FUTURE OF THE E-SPORTS ECOSYSTEM BY THE ACTORS IN THE SYSTEM

The purpose of this study is to determine the expert and athlete views on the concept of Electronic Sports and to examine the future of electronic sports with regulatory recommendations based on the current situation. Considering the possible development of E-sports, it involves interdisciplinary fields of study in a scientific context. Sports, technology, sociology, psychology, environmental psychology, anthropology, and similar fields need to work together in a common structure and the developmental processes of electronic athletes need to be monitored. On the other hand, recreational value needs to be emphasized, and preventive measures and practices need to be identified for its individual and societal impact.

In this study, phenomenology and case study designs, two qualitative research methods, were utilized. The universe of the research consists of athletes participating in Turkish E-sports competitions, academics working in sports education institutions in Turkey, and experts and managers in the esports ecosystem. The sample of the research, selected through purposive sampling, consisted of academics with experience in teaching and working professionals in the management channel who have publications and studies on E-sports and players in various game genres competing internationally. Semi-structured questions were asked to the participants for the KGI evaluation.

As a result of the study, 6 themes (field orientation, interest in Esports, ecosystem assessment, developmental stages and reasons, the future of esports, and expectations) and 23 sub-codes were formed. Considering the development of the electronic sports sector, awareness studies are needed to not fall behind in this field and to scientifically reveal the definitions related to this field. Especially, the opinions and orientations of sports scientists are important in terms of being accepted. In addition, it will be effective in identifying the problems of individuals who are electronic athletes in national and international contexts, taking preventive measures, and developing solutions.

Keywords: Esports, Digital, Technology, Electronic Sports

TEŞEKKÜR

Akademik yolculuğumda desteğini hep hissettiğim saygı değer danışmanım Prof. Dr. Faik ARDAHAN'a en içten teşekkürlerimi sunmayı borç bilirim. Lisans, yüksek lisans ve doktora eğitimimdeki muazzam katkılarından dolayı Akdeniz Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Rekreasyon bölümü hocalarımın tümüne, yüksek lisans dönemimde beni bu sürece hazırlayan sayın Prof. Dr. Adnan TURGUT'a teşekkür ederim.

Tez izleme komitesi üyelerim sayın Prof. Dr. Mustafa YILDIZ ve sayın Prof. Dr. Ekrem BOYALI'ya süreçteki yönlendirmeleri ve kıymetli katkılarından dolayı teşekkür ederim.

Enes Buğra ÖZ
Antalya, 2024

ÖNSÖZ

"Sporda Dönüşüm: Esport Ekosisteminin Günceli ve Geleceğinin Sistemdeki Aktörler Tarafından Değerlendirilmesi" isimli bu çalışma, sporun evrimini ve özellikle de esportun yükselişini ele almaktadır. Spor, insanlık tarihinin en köklü ve evrensel faaliyetlerinden biri olmuştur. Ancak, son yıllarda dijital çağın getirdiği yeniliklerle birlikte, sporun tanımı ve yapılanması da önemli ölçüde değişmiştir.

Esport, bu değişimin en dikkat çekici örneklerinden biridir. Geleneksel spor dallarından farklı olarak, esport dijital platformlarda gerçekleşen rekabetçi oyunlar üzerine kurulmuştur. Bu oyunlar, milyonlarca insanı ekran başına kilitleyerek, gençlerin ve yetişkinlerin sosyal etkileşimini ve rekabet duygusunu canlı tutmaktadır. Bu bağlamda, esportun yükselişi sadece bir eğlence aracı olarak değil, aynı zamanda bir endüstri ve kültürel bir fenomen olarak da algılanmaktadır.

Bu çalışmada, esport ekosisteminin bugünkü durumu ve geleceği üzerine kapsamlı bir değerlendirme yapılmaktadır. Farklı sektörlerden uzmanların katkılarıyla oluşturulan bu değerlendirme, esportun nasıl bir değişim ve dönüşüm sürecinden geçtiğini anlamak adına önemli bir kaynak oluşturmayı hedeflemektedir.

Esportun küresel çapta bir fenomen haline gelmesi, onu incelemeyi ve anlamayı gerektirmektedir. Bu çalışma, sadece mevcut durumu değil, aynı zamanda esportun geleceğini şekillendirecek dinamikleri ve faktörleri de ele almaktadır. Amacımız, esportun sadece bir oyun olmanın ötesinde, toplumsal, ekonomik ve kültürel açılardan nasıl bir etki yarattığını anlamaktır.

Bu çalışmada emeği geçen tüm hocalarıma, değerli katılımcılara katkılarından dolayı teşekkürü borç bilirim.

Saygılarımla

GİRİŞ

Sporun evrimi, insanlığın varoluşundan bu yana süregelen büyük bir serüvendir. İnsanlar binlerce yıldır fiziksel aktiviteler üzerinde rekabet etmekle kalmamış, aynı zamanda bu rekabeti organize etmiş ve toplumları bir araya getiren bir unsur olarak sporu benimsemişlerdir. Spor, insanların fiziksel kondisyonlarını geliştirmelerine ve kendilerini keşfetmelerine yardımcı olmuştur. Ayrıca, spor insanların dayanıklılığını artırırken, takım çalışması becerilerini ve liderlik yeteneklerini geliştirmelerine de katkı sağlamıştır. Ancak, 21. yüzyılın teknolojik devrimiyle birlikte sporun tanımı ve yapısı önemli ölçüde değişmiştir. Geleneksel spor dallarına alternatif olarak ortaya çıkan ve dijital dünyada gerçekleşen rekabetçi oyunlar, esporun temelini oluşturmaktadır. Espor, sadece bir eğlence aracı olmanın ötesine geçerek, küresel bir fenomen haline gelmiştir. Bu oyunlar, insanları ekran başına kilitleyerek, onlara bir oyunun sınırlarını zorlama ve stratejik düşünme yeteneklerini geliştirme fırsatı sunmaktadır.

Milyonlarca insanın hayranlıkla takip ettiği espor etkinlikleri, dünya çapında büyük arena ve stadyumlarda yapılan turnuvalarla gerçekleşmektedir. Bu turnuvalar büyük bir heyecan yaratmakta ve insanların bir araya gelerek spor deneyimini paylaşmalarını sağlamaktadır. Esporun yükselişi, yalnızca oyuncular ve hayranlar arasında bir etkileşim yaratmakla kalmamış, aynı zamanda ekonomik ve kültürel bir dönüşümü de tetiklemiştir. Artık, espor endüstrisi milyarlarca dolarlık bir değere ulaşmıştır ve bu sektörde yer alan şirketler, yatırımcılar ve diğer paydaşlar giderek artmaktadır. Esporun popülerliği ve ekonomik potansiyeli, şirketlerin ve markaların reklam stratejilerinde önemli bir rol oynamaktadır. Bu hızlı büyüyen sektörde birçok fırsat bulunmaktadır; bununla birlikte, esporun potansiyelinin tam olarak kullanılması için bazı zorluklar da vardır. Bu çalışma, espor ekosisteminin güncel durumunu ve geleceğini ele almaktadır. Farklı sektörlerden uzmanların katkılarıyla oluşturulan bu çalışma, esporun etkilerini ve potansiyelini derinlemesine analiz etmeyi hedeflemektedir.

Giriş bölümünde, esporun tarihçesi, tanımı, temel kavramları ve önemi üzerinde durulacak; ardından, esporun bugünkü durumu ve geleceği hakkında genel bir bakış sunulacaktır. Bu çalışma, esporun sadece bir oyun olmanın ötesinde, toplumsal, ekonomik ve kültürel açılardan nasıl bir etki yarattığını anlamak için bir adım olarak değerlendirilebilir. Ayrıca, espor endüstrisi ve pazarlama stratejileri gibi konular da ele alınacak ve bu alanda fırsatlar ve zorluklar üzerinde durulacaktır. Sonuç olarak, esporun geleceği ve potansiyeli hakkında kapsamlı bir değerlendirme sunulacak ve bu büyüyen sektöre katkı sağlanacaktır.

Espor, dünyada giderek daha fazla ilgi görüyor ve popülerlik kazanıyor. Sporun evrimi, teknolojinin ilerlemesiyle birlikte dijital dünyada yeni bir boyut kazanmıştır. Gelecekte, esporun daha da büyüyeceğine ve geleneksel sporlarla rekabet eder hale geleceğine inanılıyor. Espor, gençlere ve yetişkinlere kendi yeteneklerini keşfetme ve geliştirme fırsatı sunarken, sosyal etkileşim, rekabet duygusu ve stratejik düşünme yeteneklerini geliştirme imkanı sağlamaktadır. Espor, sadece oyuncular ve hayranlar için değil, aynı zamanda iş dünyası için de büyük bir potansiyele sahiptir. Bu büyüyen sektör, birçok iş fırsatı ve işbirliği olanağı sunmaktadır. Esporun ekonomik etkisi, artan sponsorluk anlaşmaları ve reklam gelirleriyle daha da güçlenmektedir. Reklamcılık dünyasında büyük bir etkiye sahip olan espor, markalar için yeni ve etkili bir pazarlama stratejisi oluşturma imkanı sunmaktadır. Ancak, esporun büyümesiyle birlikte bazı zorluklar da ortaya çıkmaktadır. Altyapı eksikliği, düzenlemelerin yetersizliği ve oyun hileleri gibi problemler, esporun gelişimini engelleyebilmektedir. Bu zorlukların üstesinden gelinmesi, sektörün geleceği için büyük önem taşımaktadır. Sonuç olarak, esporun yükselişi, sporun evrimini ve toplumun spor anlayışını kökten değiştirmiştir. Espor, sadece bir eğlence aracı olarak değil, aynı zamanda bir kültür ve iş fırsatı olarak da değerlendirilmelidir. Bu çalışma, esporun bugünkü durumunu ve geleceğini ele alarak, sektörün potansiyelini analiz etmeyi hedeflemektedir. Esporun, gençlerin ve yetişkinlerin hayatına etkisini anlamak, geleceğin sporu olma konusunda önemli bir adım olacaktır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK SPOR (E-SPOR)

Alanın göreceli yeniliği ve kültür, teknoloji, spor ve iş dünyasının yakınlaşması nedeniyle esporun kesin olarak anlaşılması zorlaşmaktadır. E-Spor, geleneksel sporlardan yani basketbol, tenis, futbol gibi sporlardan farklı olarak farklı platformların bir araya getirilmesiyle ortaya çıkıyor. Sanal sporcular yani çevrimiçi sporcular aynı zamanda e-sporcular anlamına da gelmektedir. Argan vd. (2006) göre E-Spor, dünyanın bir yerindeki insanların, dünyanın başka bir yerindeki insanlarla tanışıp, internet aracılığıyla oyun oynayabildiği, hem fiziksel hem de zihinsel çaba gerektiren bir spordur. Aynı zamanda dünyanın her yerinden insanların büyük e-spor etkinlikleri, turnuvaları veya organizasyonları aracılığıyla buluşup oyun oynayabileceği bir yer. (Hamari ve Sjöblom, 2015) E-Sporu, sporun temel yönlerinin oyuncu ve takım girdilerini ve E-oyunların üretimini kontrol eden elektronik sistemler tarafından kolaylaştırıldığı bir spor türü olarak tanımladı. İnsan-bilgisayar arayüzüne aracılık eden bir spor sistemi. E-spor, eğlence amaçlı oynayan yani amatör ve profesyonel oyuncuların bir bilgisayar veya oyun konsolu üzerinde birbirleriyle yarıştığı gerçek dışı bir ortamda oynanmaktadır (Jenny ve Manning, 2015). Espor hakkında bilmeniz gereken en önemli şeylerden biri, hareket gerektirmeyen spor video oyunları ile karıştırılmaması gerektiğidir.

“Elektronik sporlar takımlar halinde ya da birey olarak, farklı içerik dallarında, refleks, el-göz koordinasyonu, hızlı karar verme, takım ve kaynak yönetimi gibi yeteneklerin ön plana çıktığı sanal rekabet platformlarıdır” (T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2017).

Ülkemizde 2017 yapılan çalıştayda, öncelikli hedeflerden biri olan “E-Sporun tanımını ortaya koyma” ile ilgili yapılan çalışmalar neticesinde E-Spor üzerine ortak bir tanımlamanın bulunmadığı belirtilmiştir. Kamuoyu tarafından kabul görecektir ortak bir tanımlamaya gerek duyulduğu, mevcut tanımlamaların belirsiz ve E-spor diyebilmemiz için bir dijital oyunun hangi özelliklerde olması gerektiği konusunda çalışmalar yapılması önerilmiştir (T.C. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2017).

“Elektronik bir cihaz vasıtasıyla çevrimiçi veya çevrimdışı ortamda gerek bireysel gerekse takım halinde katılım gösterilen her türlü aktiveyi kapsar.” (Erişim 2023e)

1.1. E-Spor'un Tarihçesi

1950'li yıllardan itibaren elektronik sistemler üzerinde oynanan oyunların üretimiyle bağlantılı olarak ortaya çıkmıştır. 19 Ekim 1972'de "Spacewar" adı verilen ilk rekabetçi video oyunu turnuvası Stanford Üniversitesi Yapay Zeka Laboratuvarı'nda düzenlendi (Baker, 2016). 1970'li yıllar video oyunlarına da sahne oldu ancak eSpor'da iki önemli dönüm noktasının yaşandığı söylenebilir. 1980-1981 yıllarının atari oyunları tarihinin en önemli yılları olduğu bildirildi. Bu yıllarda Pac-Man, Centipede, Donkey Kong, Frogger ve Galaga gibi oyunlar piyasaya sürüldü. Oyun endüstrisindeki patlama, interaktif oyunların hızla yayılmasına, yeni yenilikçi oyun formatlarına, gençler arasında popülerliğin artmasına ve dijital eğlence teknolojisinin ekonomik büyümesine yol açtı. 1981-1982'de atari oyunlarında tahminen 5 milyon dolar kazanıldı, bu da slot makinelerine 20 milyar dolar yatırım yapıldığı anlamına geliyor. Amerika'da 1982 yılında 1,5 milyon slot makinesi 24.000 oyun salonunda ve 400.000'i sokakta işletilmekteydi (Borowy ve Jin, 2013; Yükçü ve Kaplanoglu, 2018).



Şekil 1.1 Arcade

1980'lerde Atari'de dijital oyunlar oynanıyordu. 1990'lı yıllarda oyun salonları dijital oyun kültürünün oluştuğu ve geliştiği yer haline geldi. 2000'li yıllardan itibaren internetin yaygınlaşmasıyla birlikte dünya çapında bir erişim ağı, video oyunlarını çevrimiçi oyunlara dönüştürmüştür. Bunun sonucunda oyunlar artık tek oyunculu oyunlar olmaktan çıkıp çok oyunculu oyunlar haline gelmiştir (Coşkun ve Öztürk, 2016).

E-Sport'un İngiltere'deki ilk ödüllü turnuvası 1997 yılında düzenlendi. 1997 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde "Cyberathlete Professional League" adında bir şirket kuruldu. 1999 yılında oyun geliştirme şirketi Valve, FSP'nin Half-Life tarzında değiştirerek "Counter Strike" oyununu üretti. Koreliler, Amerikan ve Avrupa birinci şahıs nişancı oyunlarından farklı olarak, 1998 yılında Kore oyun şirketi NCSoft tarafından piyasaya sürülen "Linage"

gibi MMORPG'leri ve RTS oyunlarını oynamayı tercih ettiler (Wagner, 2006). 2000 yılında alanın en önemli organizasyonlarından biri olan Elektronik Spor Ligi kuruldu. Ayrıca uluslararası e-spor organizasyonu World Cyber 2000 yılında Güney Kore Spor, Turizm ve Kültür Bakanlığı, Bilgi ve İletişim Bakanlığı ve Samsung'un desteğiyle kuruldu. Dünya Siber Oyunları logosunda siyah zemin üzerinde Olimpiyat Oyunları sembolüne benzeyen dört mavi, kırmızı, sarı ve yeşil halka bulunur. Ayrıca oyunları Olimpiyat hareketine bağlayan oyuncu (sporcu değil), gençlik festivali, siber oyun etkinliği ve E-spor gibi sportif olmayan diğer kelimeler de oyunları tanımlamak için kullanılmaktadır (Jonasson ve Thiborg, 2010). İki yıl sonra, 2002'de New York'ta Major League Gaming kuruldu.

1.2. E-Spor Özellikleri

E-sporun, sporun gerektirdiği fiziksel ve zihinsel çaba da dahil olmak üzere birçok benzersiz özelliği vardır. Bunlar:

- Bilgisayarda veya sanal ortamda oynanabilir,
- Yeni tesis ve ekipman şeklinde büyük mali kaynaklar gerektirir,
- Bu spor oynanabilir. Dünyanın her bölgesinde antrenman yapın,
- Hem takım halinde hem de bireysel olarak yarışmak mümkündür. Açık fikirli olun,
- Rekabet ve kazanma duygusuna sahip olun,
- Belirli oyunlar için araç ve ekipmanlara sahip olun ve akıllı olanlara ihtiyaç duyun.

Bu oyunlar da fiziksel efordur (Argan ve Akın, 2007).

En popüler spor türleri birinci şahıs nişancı (FSP), gerçek zamanlı strateji (RTS) ve çok oyunculudur. Bunlar çevrimiçi rol yapma oyunlarıdır (Massive Multi-user Online Role-playing. MMORPG)) (Jonasson ve Thiborg, 2010).

1.3. E-Spor Türleri

En basit tanımıyla rekabete dayalı oyunlar olan elektronik spor, bünyesinde birçok farklı türde oyun barındırmaktadır. Bu türler (Ströh, 2017);

MOBA (Çok Oyunculu Çevrimiçi Savaş Arenası): Çok oyunculu çevrimiçi savaş arenasının kısaltması olan MOBA, en popüler oyun türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Espor kategorisinde en fazla oyunun yer aldığı oyun çubuğu türüdür. Çok sayıda Espor oyuncusunun yanı sıra seyirci sayısı da oldukça fazla. Genellikle beş kişilik takımlar halinde oynanır. Oyuncular oyun içerisinde bir kahramanı veya şampiyonu yönetirler. Gerçek zamanlı strateji oyunlarının ve rol yapma oyunlarının özelliklerini içerir. Bu oyun modunda amaç karşı takımın merkezini, kalesini yok ederek kazanmaktır. Merkezi veya kaleyi yok etme gücünü elde etmek için kahramanlar belirli yaratıkları (sincap, sürüngen vb.) yok ederek altın, elmas

gibi ödüller ve deneyim puanı kazanırlar. Deneyim puanları seviye olarak geri gelse de, altın kullanarak eşya satın alabilirsiniz. Moba oyunlarında merkez yok edildiğinde oyun biter ve her şeyin sıfırlandığı yeni bir oyun başlar. Önceki oyunda kazanılan altın ve deneyim önemli değildir. Bilinen ilk mobil oyun WarCraft III'tür. 2009 yılında piyasaya sürülen League of Legends (LoL), bu oyun türünün ve Espor evreninin en popüler oyunudur.



Şekil 1.2 MOBA Popüler Oyunları

FPS (First Person Shooter= Birinci Şahıs Nişancı): FPS oyunları, bir karakteri birinci şahıs bakış açısıyla kontrol ettiğiniz oyunlardır. Oyunun amacı farklı silahlar, bıçaklar ve bombalar kullanarak rakiplerinizi ortadan kaldırmaktır. Bir rakibi ortadan kaldırırken görevleri tamamlamak veya hayatta kalan son kişi olmak gibi hedefler var. Oyundan oyuna değişir. MOBA türü oyunlardan sonra, FPS oyun türü en popüler Espor oyun türü olarak karşımıza çıkmaktadır. 1993 yılında piyasaya sürülen Doom, türün ilk oyunlarından biridir. Belki de bu türdeki en büyük oyun 18 yıldır piyasada olan Counter Strike'tır (Şekil 3). Bir yarışma oyunu olarak, 30 maçın en iyisi 5:5 (16 maçın galibiyeti) oynanacak. En popüler FPS oyunları;





Şekil 1.3 FPS Popüler Oyunları

RTS (Real Time Strategy= Gerçek Zamanlı Strateji): Gerçek zamanlı strateji (RTS) oyunları, oyun haritasına kuş bakışı bakılarak, genellikle 1'e karşı 1 veya 2'ye karşı 2 olarak oynanan oyun türleridir. Oyun içerisinde bir ırk veya ülke yönetilir. Oyun içerisindeki madenler, ormanlar, askerler yani genel anlamıyla kaynaklar etkin şekilde yönetilerek, rakipten daha hızlı gelişmeye çalışılır. Kazanılan kaynaklar ile binalar oluşturulur, silahlar satın alınır, askerler üretilir ve geliştirilir. Rakibin yaptığı hamlelere göre karşı hamle geliştirmek oyunun kazanılması açısından önemlidir. Strateji üzerine kurulu bir oyun türü olması açısından satranç oyununa benzetilir. Ancak daha fazla hamle seçeneği olması açısından satrançtan daha gelişmiş olduğu söylenebilir. Profesyonel E-Sporun öncülerinden Starcraft II bu türde yer almaktadır. En popüler RTS oyunları aşağıda görülmektedir;



Şekil 1.4 RTS Popüler Oyunları

Kart Koleksiyonu Oyunları (Collectible Card Games): Bu tür içerisinde E-Spor'a örnek olarak Hearthstone oyununu gösterebiliriz (bkz. Resim.5). Bu kart oyunu 1'e karşı 1 şeklinde oynanır. Oyuncular şampiyonların veya kahramanların bulunduğu kartlardan kendilerine deste oluşturular. Destedeki her kartın kendine özgü özellikleri bulunmaktadır. Belli süreler sonucunda oyun tarafından verilen mana bedeli veya iksirler karşılığında, oyuncular tarafından savaş arenasına kart sürülür. Her kartın saldırı ve savunma özellikleri, birbirlerine üstünlükleri farklıdır. Tur şeklinde oynanan bir oyundur. Oyuncu turunu bitirdikten sonra mana veya iksir bedeli iade edilir.

Bu türün en popüler oyunu aşağıda gösterilmektedir;



Şekil 1.5 CCG Popüler Oyunları

Dövüşçü Oyunları (Fighter): Oyuncuların, herbiri farklı özellikte 1'er tane kahraman veya dövüşçü seçtikleri, genellikle 1'e karşı 1 şeklinde oynanan dövüş oyunlarıdır. Amaç oyun tarafından verilen süre içerisinde karşı tarafın dövüşçüsüne en fazla zararı vererek oyunu kazanmaktır. Genellikle oyun konsollarında oynanan dövüşçü oyunlarının en bilineni 1987 yılında üretilen ve günümüzde güncel sürümleri ile popülerliğini devam ettiren Street Fighter oyunudur. Bu oyun türünün en popüler oyunları aşağıdadır;



Şekil 1.6 Popüler Fighter Oyunları

Spor Oyunları (Sports Games): Geleneksel spor oyunlarının sanal ortama entegre edilmesi ile oluşan video oyunları türüdür. Popüler spor branşlarının tümünün video oyunları bulunmaktadır ve her sene şirketler tarafından yeni sürümleri piyasaya sürülmektedir. Oyun kuralları, ilgili spor branşının kurallarıyla aynıdır. Geleneksel spor dallarının popülerliği neticseinde, bu tür oyunların popülerliği ve oynanma oranları yüksektir. Bilgisayar veya oyun konsolları üzerinden oynanmaktadırlar. Bu oyun türünün en popüler aşağıda gösterilmiştir;



Şekil 1.7 Popüler Spor Oyunları

1.4. Elektronik Sporcular Ve Oyuncu Kategorileri

E-sporcu terimi iki şekilde sınıflandırılır: profesyonel sporcular ve rekreasyonel sporcular. Bu; a) Profesyonel oyuncular: Ülkelerini milli takımda temsil eden, resmi ve özel turnuvalara katılan profesyonel sporculardır (Argan ve Akın, 2007). Ülkemizin resmi ve özel turnuvalarına katılan e-sporcularımız da ülkemizi temsil etmektedir. Türkiye'de profesyonel sayılan e-sporcular üzerinde yapılan bir araştırmada; Oyun oynamayı bir spor olarak gören oyuncuların %71,9'u ulusal veya uluslararası özel bir turnuvaya, %11,7'si resmi bir eSpor turnuvasına, %62,9'u resmi bir ulusal turnuvaya ve %10,6'sı da katılım gösterdi. Çalışma uluslararası veya ulusal resmi ve özel bir turnuvaya katılmıştır. Turnuvalarda ödüller kazandı (Argan vd., 2006). b) Amatör oyuncu: Boş zamanlarında arkadaşlarıyla çevrimiçi bağlantı yoluyla bilgisayardan oyun oynayan ve amatör e-spor turnuvalarına da katılabilen kişilerdir (Argan ve Akın, 2007). Elektronik sporcular elektronik spor turnuvalarına iki kategoride katılırlar. Bu; a) Ferdi Kategori Sporcular: Elektronik spor turnuvalarına bizzat katılan ve yarıştıkları ülke veya takım adına bireysel olarak yarışan sporcuları. b) Takım sınıfı sporcuları: Elektronik spor turnuvalarına takım sporcusu olarak katılırlar ve turnuva oyununda her takım üyesinin kendine ait görevleri vardır. Türkiye'de e-sporcular arasında yapılan bir araştırma, e-sporcuların %85,4'ünün takım kategorisinde yarıştığını ortaya çıkardı (Argan vd., 2006). E-sporcuların olabilmesi için belirli özelliklere sahip olması gerekiyor. Bunun bir kısmı da hem fiziksel hem de zihinsel olarak yarıştığınız e-sporda başarıya ulaşmaktır (Argan ve Akın, 2007). Bunlar: • Oyun yönetimi • Oyuncu yönetimi • Hedef belirleme • Oyun araç ve ekipmanlarını iyi düzeyde kullanma becerisi > • Konsantrasyon ve dikkati geliştirme > • Yeni

öğrenilen becerileri ve taktikleri oyuna uyarlama • Oyunun oyuncuya getirdiği özelliklerin farkındalığı • Hızlı düşünme ve uygulama > Tüm bu özellikler, oyun içinde stratejik düşünme gerektiren farklı oyunlarda sporcunun aynısını yapmasına yardımcı olur. Müdahale imkanı sunuyor. E-sporcular edindikleri fonksiyonların devamlılığını sağlamak için belirli periyotlarda antrenman yaparak bağımsız veya takım halinde bilgisayar ortamında, evde veya internet kafede, yerel ağ bağlantısı kurarak (offline) veya internet bağlantısı kurarak antrenman yaparlar. İnternet bağlantısı üzerinden antrenman yapan e-sporcular, e-spor sitelerinde tanıştıkları diğer e-sporcularla birlikte antrenman yaparlar (Argan ve Akın, 2007).

1.5. Dünya’da E-Spor

Çevrimiçi Oyuncular Derneği'nin (OGA) 1999 yılındaki lansmanına ilişkin basın açıklamasının, elektronik spor ya da e-spor kavramının doğuşu için güvenilir bir kaynak olduğu söylenebilir. E-Sporun gençlikte ortaya çıkışı tüm dünyada kültürle ilişkilendirilse de Doğu ve Batı değer sistemlerinde iki farklı oyun kültürüne ayrılmaktadır. Amerika ve Avrupa'da genellikle 1993 yılında piyasaya sürülen ve 1996 yılında piyasaya sürülen ve ilk kez çevrimiçi olarak oynanan birinci şahıs nişancı oyunları Doom ve Quake ile ilişkilendirilir. O dönemde kabile adı verilen çevrimiçi oyuncular, çevrimiçi turnuvalarda yarışmaya başladı. 1997 yılında birçok profesyonel ve yarı profesyonel çevrimiçi oyun ligi kuruldu. Bunlardan biri, etkisi bugün hala hissedilen ve iş konsepti Amerika Birleşik Devletleri'ndeki büyük spor liglerini örnek alan Siberatlet Profesyonel Ligi'dir (SPL). 1997 yılında, canlı seyirci önünde düzenlenen ilk SPL turnuvası, "The Frag" olarak da bilinen "The Foremost Roundup of Advanced Gamers" idi. SPL sayesinde profesyonel oyun, başarılı bir seyirci sporu haline geldi. 1999 yılında oyun geliştirme şirketi Valve, birinci şahıs nişancı oyunu Half-Life'in biraz farklı bir versiyonu olan Counter Strike'ı piyasaya sürdü. Bu oyun Batı e-Spor müsabakalarının merkezinde yer alıyordu (Wagner, 2006).

Doğu'da e-spor kültürü Kore'de başladı. 1990'ların ortalarında Koreli politikacılar gelişmiş telekomünikasyon uygulamalarında reform yaptı ve bu da Kore'nin geniş bant altyapısının hızla büyümesine yol açtı. Bu altyapı çoğunlukla dijital televizyon ve çevrimiçi oyun gibi içeriklerle doldurulacaktır. Koreliler, Amerikan ve Avrupa birinci şahıs nişancı oyunlarının aksine, devasa çok oyunculu çevrimiçi rol yapma oyunlarını (MMORPG'ler) ve 1998'de Koreli oyun geliştirme şirketi Real Time Strateji Oyunları NCSoft tarafından piyasaya sürülen "Linage" gibi gerçek zamanlı oyunları kullanıyor. 1990'larda Kore oyun pazarı, Kaliforniya merkezli Blizzard Entertainment tarafından 1998'de piyasaya sürülen ve 1994'te piyasaya sürülen WarCraft'ın devamı olan çok oyunculu bir gerçek zamanlı strateji

oyunu olan StarCraft'ın hakimiyetindeydi. Bu oyun özellikle rekabetçi oyunlar için uygundur. Kore'nin devasa geniş bant altyapısı nedeniyle televizyon, bilgisayar oyunları yayınlamaya odaklandı. Bu unsurların bir araya getirilmesinin bir sonucu olarak, bireysel StarCraft oyuncularını diğer Major League sporcularının yanında idol statüsüne ulaştı. Her ne kadar Batı ve Doğu eSpor kültürlerini bir araya getirmeyi amaçlayan etkinliklerin sayısı artıyor; bu iki iş ekosisteminin artık oldukça bağlantılı olduğu değerlendiriliyor. birbirinden ayrılır ve bağımsız olarak gelişir. Farklı kültürlerin farklı sporları tercih ettiği geleneksel sporlarda da durum aynıdır (Wagner, 2006). Sanayileşme adına e-sporla ilgili gelişimin 1997 yılında siber teknolojiyle başladığı söylenebilir. 2002'deki League Gaming ve 2008'deki Uluslararası E-Spor Federasyonu kilometre taşlarıdır.

1.6. Dünya E-Spor Federasyonu

Günümüzde 48 üye ülkesi olan ve Esporu geleneksel spor dalları gibi gerçek bir spor branşı olarak kabul görmesini sağlamak amacıyla, 2008 yılında merkezi Güney Kore'de kurulan Uluslararası E-Spor Federasyonu (International E-Sports Federation-IeSF), E-Spor'un Uluslararası Olimpiyat Komitesi (IOC)'ne Esporun tanınması için girişimlerde bulunmuş, resmi başvurusunu 2016 yılında gerçekleştirmiştir. Uluslararası E-Spor Federasyonu'na üye olan 22 ülkede Espor, kendi olimpiyat komiteleri tarafından tanınmaktadır. Uluslararası Olimpiyat Komitesi tarafından Esporun Paris 2024 Olimpiyat Oyunlarına dahil edileceği duyurulmuş olup (Erişim 2023f), madalya yarışmalarında olup olmayacağı konusunda net bir karar verilmemiştir (DiFrancisco-Donoghue ve Balentine, 2018). 2024 yılı itibariyle henüz karar verilmemiştir.

Uluslararası E-Spor federasyonuna üye ülkeler kıtalarına göre aşağıdaki gibidir;

Avrupa; Avusturya, Azerbaycan, Belçika, Danimarka, Fransa, Finlandiya, Gürcistan, İrlanda, İsrail, İtalya, Kuzey Makedonya, Hollanda, Norveç, Romanya, Rusya, Sırbistan, İspanya, İsveç, İsviçre, Ukrayna, Polonya, Slovakya, Belarus, Almanya

Asya; Çin, Hindistan, Endonezya, İran, Kazakistan, Güney Kore, Malezya, Maldivler, Moğolistan, Nepal, Filipinler, Sri Lanka, Tacikisyan, Tayvan, Tayland, Birleşik Arap Emirlikleri, Vietnam, Makao, Japonya, Lübnan, Macav, Myanmar, Suriye, Özbekistan

Afrika; Mısır, Namibya, Güney Afrika, Tunus

Amerika; Arjantin, Kosta Rika, ABD, Meksika

Okyanusya; Avustralya, Yeni Zelanda (Erişim 2023a)

1.7. Türkiye’de E-Spor

Türkiye E-Spor Federasyonu (TESFED), ülkemizin oyun sektörünün planlı ve kademeli olarak geliştirilmesi amacıyla (2023g) 2018 yılında Türkiye Cumhuriyeti Gençlik ve Spor Bakanlığı bünyesinde kurulmuştur. İlk başkan Alper Afşin Özdemir'di. 2011 yılında Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu'ndan sonra Türkiye'nin devlet destekli ikinci e-spor organı olan Türkiye E-Spor Federasyonu'nun kurulmasından önce, E-Spor başkan yardımcısı düzeyinde temsil ediliyordu. Gelişen spor derneği ve Gençlik ve Spor Bakanlığı çerçevesinde ana bölüm hizmet vermektedir.

E-spor konusundaki bilgi birikimi arttıkça dernek de projeler geliştirmeye başlar. E-sporun ebeveynlere doğru şekilde nasıl anlatılacağı, gençlerin bu konuda doğru şekilde nasıl yönlendirileceği gibi konular. Türkiye eSpor Federasyonu'nun temel görevleri:

- Tüm eSpor faaliyetlerini etkilemek ve projeler geliştirmek, sektör oyuncularını ve şirketlerle birlikte çeşitli projeler geliştirmek,
- eSpor lisanslama prosedürlerinin düzenli olmasını sağlamak.
- Türkiye'de çeşitli oyunlarda rekabetin sağlanması ve aktivitenin artırılması,
- Uluslararası turnuvalar için oyuncu vizesi işlemlerine hızlı çözüm sağlanması,
- Oyuncuların kariyerinin sona ermesi, E- Spor kariyerlerinin bitmemesini sağlamak,
- Takımları ve oyuncuları desteklemek ve oyunculara altyapı geliştirmelerini sağlamak,
- Yayın hakları, sporcu hakları, yazılım hakları vb. ile ilgili hukuki sorunlara çözüm sunmak
- E-Spor ekosisteminde Türkiye'yi tüm dünyada konuşulan bir ülke haline getirmek (Kabadayı, 2019).

1.8. Gençlik Ve Spor Bakanlığı, E-Spor Raporu

Tüm detayların yer aldığı "E-Spor Raporu"nu hazırladı. Rapora göre, kamuoyu tarafından çok iyi bilinmese de özellikle çocuklar ve gençler arasında hızla yayılan, rekabet edebilecek kadar oyuncu ve taraftarın bulunduğu "E-Spor"un ne olduğu anlatılıyor. BT. Dünyanın birçok yerinde olduğu gibi Türkiye'de de diğer spor dallarında bulunabilmekte ve kendi sektörü haline gelmiştir. Spor mu, iyi mi, kötü mü, nasıl oldu kimin umurunda bir analiz içeriyor. Türkiye'de ve dünyada mevcut durum ve durum.

E-sporun 40 yıllık bir geçmişi olmasına rağmen son 10 yılda hayatımıza giren e-spor, e-Spor'un Yakın gelecekte Olimpiyat Oyunları'na kadar büyümesi gereken profesyonel Esport oyuncularının, büyük markaların sponsor olduğu milyonlarca dolarlık ödül havuzu

turnuvalarında başarıya ulaşmak için takımlarıyla yoğun maçlar oynadığı gözlemlendi. Y ve Z Kuşaklarının ana ilgi alanı haline gelen E-Spor'u online platformlardan milyonlarca, spor salonlarından ise binlerce kişinin izlediğine dikkat çekilen raporda şu sonuçlara yer verildi: İnternet kafelerden stadyumlara kadar ulaştı. Buradan e-sporun geleneksel sporlarla karşılaştırıldığında benzersiz bir kategori olabileceği sonucu çıkıyor. Profesyonel eSpor oyuncularına baktığımızda antrenman rejimlerinin ve disiplinli yaşamlarının ne kadar sıkı olduğunu görüyoruz. E-Spor, kendine özgü ekosistemi ve eğlence yaklaşımı sayesinde kendi dinamiğine sahip bir sektör olarak karşımıza çıkıyor. Girişimciler bunu anlayıp yatırımlarını bu alana yönlendiriyor, markalar sponsorluk yarışmasına katılıyor ve dijital oyun geliştiricileri E-Spor'a uyumlu oyunlar geliştiriyor. Dünyanın en büyük 20 dijital oyun pazarı arasında yer alan ülkemizde espor izleyici sayısı 4 milyona ulaştı. Ama oyuncu profiline baktığınızda cinsiyet oranının sıkı olduğu ülkemizde zaten bu alanda dünya çapında başarılarla imza atmış oyuncular ve takımlar var. "Her ne kadar irili ufaklı birçok ulusal/uluslararası organizasyonla taraftar ve profesyonel oyuncu sayısı her geçen yıl artsa da ülkemizin bu ihtiyaçları karşılayacak kurum ve kuruluşlara sahip olması gerekiyor." Oyunun ve turnuvanın kendi kuralları vardır ve bazı ülke ve liglerin genel kuralları olsa da oyun için belirlenen kuralların dışına çıkmazlar. Spor bölümleri veya burslar.

Raporda, e-sporcuların ülkemiz Gençlik ve Spor Bakanlığı tarafından lisanslandırıldığı, dolayısıyla genel turnuvalara katılımın mümkün olduğu belirtiliyor. Turnuvanın ve oyun kurallarının oyun firması ve turnuva organizatörleri tarafından belirlendiğini belirtelim.

1.9. İstatistiklerle E-Spor

Espor pazarının, yapılan araştırmalar ve ortaya konulan istatistikler neticesinde, dünya genelinde çok büyük bir Pazar payına sahip olduğunu ortaya çıkarmıştır. Dünya çapında Espor pazarının 2018 yılında dokuzyüzaltı milyon dolara ulaşacağı, bu payın üçyüzkırkbeş milyon dolarının Kuzey Amerika pazarından, yüzaltmışdört milyon dolarının da Çin pazarından elde edileceği öngörülmektedir. Esporu takip eden taraftar kitlesinin, yıl sonunda üçyüzseksen milyon olacağı tahmin ediliyor.

Espora markalar tarafından 2021 yılı verilerine göre 1,4 milyar dolar yatırım yapıldığı tahmin edilmekle beraber, markalardan gelen yatırımlar Espor gelirlerinin yüzde 84 gibi büyük bir bölümünü oluşturmaktadır.

2017 yılı verilerine göre, yıl içerisinde yapılan Espor organizasyonlarının toplam ödül tutarının yüz milyon dolar sınırını aşarak toplamda yüzoniki milyon dolar seviyelerine ulaştığı

belirtilmektedir. Geçtiğimiz yıl 586 büyük E-Spor etkinliğinin yapıldığı ve bir önceki yıla göre 32 milyon dolarlık bir artış göstererek 59 milyon dolar bilet geliri elde edildiği de vurgulanıyor. Geçtiğimiz yıl, The League of Legends (LOL) Dünya Şampiyonası'nın, 49,5 milyon saatle Twitch'de en çok izlenen etkinlik olduğu ve aynı zamanda 5,5 milyon dolarlık bilet geliri elde edildiğine bakanlığın Espor raporunda yer veriliyor.

1.10. E-Spor'un Olumlu Ve Olumsuz Etkileri

Bakanlığın Espor raporunda, Esporun olumlu etkileri aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

“Eğitim materyali olarak kullanılması, Yabancı dil öğrenimine ve gelişimine katkı sağlaması, Strateji geliştirme ve hızlı karar verebilme becerisi geliştirmesi, El-göz-zihin koordinasyonunu sağlamaya katkı sunması, Motor becerilerin gelişimine katkı sunması, Motivasyon ve serbest zaman aracı olarak kullanılması, Fizyolojik kekemelik, sosyal fobi gibi tıbbi hastalıklarda tedavi ve terapi amaçlı kullanılması, Teknolojik bilgi ve becerinin artması.”

E-Spor'un olumsuz etkileri ise Bakanlığın Espor raporunda aşağıdaki şekilde sıralanmıştır:

“Dil gelişiminde aksamalara ve gelişim geriliğine sebep olması, zaman israfına ve erteleme davranışının yerleşmesine sebep olması, duygu kontrollerinde zorluk yaşama ve kişilik bozuklukları, asosyalleşme ve aile içi iletişimi azaltması, sanal ile gerçeklik arasındaki farkı ayırt etmede güçlük, şiddet unsurları içerebilmesi nedeniyle saldırgan duygu, düşünce ve davranışların gelişmesine sebep olması, ders çalışma, kitap okuma ve fiziksel aktivitelere katılma zamanlarını azaltması sebebiyle akademik ve kişisel başarıyı olumsuz etkilemesi, bağımlılık, obezite, karpaltüzel sendromu, dikkat bozukluğu gibi sağlık problemlerine sebep olması, kötü dil gelişimi ve çocukların çevrimiçi tehditlere açık hale gelmesi.” (Erişim 2023b).

1.11. E-Spor Ekonomisi

E-Spor takipçileri, online oyunlar oynayarak ve izleyerek boş zamanlarını farklı şekillerde değerlendirmektedirler. Bunları yapan kişilerin farklı deneyimleri vardır. Bir E-Spor takipçisine oyun oynarken veya maç izlerken alınıp satılabilen ürünler gibi deneyimler sunulabilir. Dolayısıyla E-Spor'un takipçilerine deneyim sattığını, Takipçilerin de bu deneyimleri satın aldığını söylemekte fayda var. Bu anlamda e-spor, deneyim ekonomisinin bir parçası olarak deneyimlerini takipçilerinin beğenisine sunuyor.

E-Spor, takipçilerine iyi ve kaliteli bir deneyim sunmayı amaçlayan birkaç temel bileşene sahiptir. Bu bileşenler şunlardır (Newzoo, 2015):

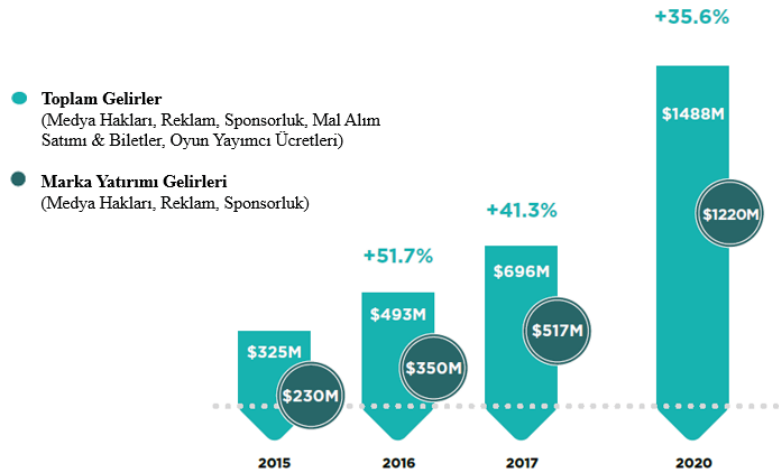
- Tüketiciler,

- Takımlar,
- Yarışmalar, turnuvalar, etkinlikler,
- Medya kanalları,
- Yayıncılar (geliştiriciler, yapımcılar).

Newzoo (2017), 2017'de 191 milyon E-spor hayranının düzenli olarak ES sporlarını izlediğini ve turnuvalara katıldığını, 194 milyonunun ise gelişigüzel takip ettiğini bildirdi. eSpor oyuncu ve seyirci sayısı eSporun gelişimindeki en önemli noktalardan biri olmuştur. Elektronik sporlara artan ilgi, potansiyel oyuncuların ve seyircilerin ilgisini çekiyor ve bu da eSpor tutkunlarının sayısını artırıyor. Taraftar sayısı arttıkça Esports'a dayalı yarışma, etkinlik ve turnuvaların sayısı da artıyor. Milyonlarca oyuncu ve seyircinin takip ettiği bu lig ve turnuvalara katılan takımların sayısı da buna bağlı olarak artıyor. Profesyonel oyuncular yarışmalara tek başına veya takım halinde katılarak gelir elde ederler. Oyun geliştiricileri ise geliştirdikleri oyunların popülerliğini korumaya veya yeni oyunlar yaratarak popüler oyunlarla rekabet etmeye odaklanıyor. Profesyonel oyuncuların, takımların, etkinliklerin ve tüketicilerin sayısındaki artışın nedenleri ve sonuçlarına bir örnek, yayın medyasıdır. Kitle iletişim kanalları, özellikle Twitch ve YouTube gibi çevrimiçi yayın kanalları, tüketicilerin yayın ihtiyaçlarına cevap vermekte ve yayın sırasındaki tüketici ve diğer bileşenlerin sayısını artırmaktadır. E-Spor ekosisteminin bir diğer önemli parçası da markalardır. Markalar, E-Spor etkinliklerine, takımlarına ve sporcularına sponsorluk yaparak ve bunları entegre ederek mevcut ve potansiyel tüketicileriyle bağlantı kurmaya çalışıyor. Bu markalara örnek olarak Samsung, Coca-Cola, Intel, Red Bull, Vestel, Vodafone, HP, Twitch ve Acer verilebilir. Hedefleri mevcut ve potansiyel tüketicilerle etkileşim kurmak olan sponsor markalar, E-Spor liglerini, turnuvalarını, takımlarını, oyuncularını ve medyasını destekleyerek E-Spor ekosisteminin sağlıklı bir şekilde hayatta kalmasına destek oluyor.

2015 yılında 325 milyon dolar olan e-spor geliri, 2017'de 696 milyon dolar oldu. Cironun büyük kısmı marka yatırımlarından geliyor. Markalar 2017 yılında sponsorluklara 266 milyon dolar, reklamlara 155 milyon dolar ve medya haklarına 95 milyon dolar yatırım yaparak eSpor'un büyümesini sağladı. 2020 yılına gelindiğinde marka yatırımının 1.220 milyon dolara, toplam gelirin ise 1.488 milyon dolara çıkacağı tahmin ediliyor (Newzoo, 2017). Şekil 1'de görüldüğü gibi eSpor gelirleri yıldan yıla artıyor. Başka bir araştırma firması olan Superdata'ya (2017) göre, Espor gelirinin 2017'de 1,5 milyar dolar olduğu tahmin ediliyor ve 2020'de 2,3 milyar dolara çıkacağı tahmin ediliyor (Superdata, 2017).

ESPOR GELİR ARTIŞI



Şekil 1.8 E-Spor Gelir Artışı

Kaynak: Newzoo, 2017

Elektronik sporların en önemli unsurlarından biri olan sponsorluk, bir etkinliğin ticari hedeflerine ulaşması için maddi veya ayni olarak desteklenen bir organizasyon olarak değerlendirilebilir (Meenaghan, 1983). Hem geleneksel sporlarda hem de e-sporda marka sponsorluğunun ticari ve pazarlama hedefleri vardır. Marka imajını ve itibarını iyileştirmek, markanın hedef kitlesinin algılanan iyi niyetini artırmak, marka bilinirliğini artırmak, algılanan kaliteyi iyileştirmek, marka çağrışımlarını güçlendirmek, marka bağlılığını artırmak, medya görünürlüğünü artırmak ve marka değerini artırmak bu hedeflerden bazılarıdır. . Sponsorluk faaliyetlerine ulaşmak istediği hedefe göre karar vermek firmanın avantajıdır. Şirketin ulaşmak istediği iş ve pazarlama hedeflerine bağlı olarak sosyal, kültürel ve spor sponsorlarına öncelik verilmektedir. Sporun küresel popülaritesi nedeniyle spor sponsorluğu en yaygın kullanılan sponsorluk şeklidir. Markalar genellikle mesajlarını daha geniş kitlelere ulaştırmak için spor sponsorluğunu tercih ediyor. eSpor'un yeni bir spor sponsorluk platformu olarak ortaya çıkmasıyla birlikte markalar da mesajlarını hedef kitlelerine ulaştırmak için eSpor'a gerekli yatırımları yapmaya başladı. E-Sporda sponsorluğun, yeni bir spor olması, e-spora sponsor olmanın maliyetlerinin daha düşük olması ve hedeflenen hedef kitlenin doğrudan çevrimiçi yayın kanalları aracılığıyla ölçülebilmesi nedeniyle markaların kullanımına uygun olduğu ortaya çıkmıştır (Kocaömer, 2018).

Sponsorluk yapan şirketler için etkinliğin amaçlarından biri, rakip şirket ve markalara göre rekabet avantajı elde etmektir. Marka değeri bir şirketin rekabet avantajında önemli bir rol oynar. Marka değeri, markalı ve jenerik ürünler aynı pazarlama teşviklerine ve ürün özelliklerine sahip olduğunda tüketicilerin markalı ve jenerik ürünlere farklı tepkileri olarak tanımlanmaktadır (Yoo ve Donthu, 2001). Marka değerinin yüksek olması, markayı diğer

rakip markalara göre daha değerli kılmaktadır. Marka değeri oluşturmak ve geliştirmek, güçlü bir marka oluşturmak için çok önemlidir. Aaker (1991) marka değerinin boyutlarını marka farkındalığı, marka çağrışımları, algılanan kalite, marka sadakati ve diğer kayıtlı marka varlıkları olmak üzere beşe ayırırken, Keller (1993) marka değerini marka farkındalığı ve marka imajı olmak üzere iki parçaya ayırmaktadır. Bu bakımdan güçlü markalar yaratılarak marka değeri yaratan boyutların geliştirilmesi gerekmektedir. Güçlü bir marka yaratmak yalnızca marka varlıklarını geliştirmekle değil, marka değerini oluşturan tüm bileşenleri entegre bir şekilde yönetmekle mümkündür.

1.11.1. Espor Pazarı

E-Spor ekonomisine katılmak isteyen oyun geliştiricilerinin öncelikle eSpor oyuncularının ve izleyicilerinin dikkatini çekmesi gerekiyor. Bunu başaran kuruluşlar “küresel düşün, yerel hareket et” stratejisini benimsemişlerdir. Yerel kültürlerle uyum sağlamak isteyen örgütler “glokalizasyon” adı verilen bir strateji kullanmaktadır (Jin, 2010). E-Sport League of Legends bu taktiği aktif olarak kullanıyor. Oyunun hangi sunucuda olduğuna bağlı olarak oyun içi kahramanlar için Türkçe, İngilizce, Portekizce gibi farklı dillerde oyun içi sesler oluşturdular. Seslerin yanı sıra Tryndamere şampiyonu için Fatih Sultan Mehmet'ten ilham alınarak tasarlanan Fatih kostümü de üretildi. Bu strateji özellikle League of Legends'ta başarılı oldu ve onu dünyanın en çok oynanan ve izlenen oyunu haline getirdi. Küyerelleşme taktiklerini kullanan yapımcılar, oyunculara ve izleyicilere daha iyi bir deneyim sunmaya çalışıyor. eSpor'a katılan markalar, deneyimden yararlanan oyuncu ve kitlelere ulaşmak istiyor. Arby's, Audi, Coca-Cola, PepsiCo, Gillette ve Bud Light eSpor'a yatırım yapıyor ve tüketicilerin bu deneyime ilgisi yüksek. Markalar, geleneksel medya aracılığıyla ulaşılması zor olan 21-35 yaş arası erkeklere ulaşma umuduyla spor ekonomisine katılıyor (Erişim 2023c). Marka yatırımlarının artmasıyla büyük bir ekonomi haline gelen espor, pek çok yeni iş kolunun ortaya çıkmasına neden oldu. Profesyonel oyunculuk, hakemlik, oyunları yorumlayıp gözlemlemek, önemli anları yakalamak ve duyurmak yeni mesleklere örnek olarak gösterilebilir (Jin, 2010). E-spor gazeteciliği farklı bir meslektir (Taylor, 2015).

Günümüzde Dünya Kupası, Avrupa Kupası, Uluslararası Lig, E-Spor Amatör Ligi, gibi ulusal ve uluslararası düzeyde resmi ve özel etkinlikler düzenlenmektedir. E-Sport Pro League E-Spor turnuvaları çok fazla düzenlenmektedir (Argan vd., 2006). Profesyonel eSpor turnuvaları, profesyonel eSpor oynayan ve kendi ülkelerinde düzenlenen turnuvalar sonucunda başarılı olan, takım halinde veya bireysel olarak katılma hakkı kazanan sporcuların

katıldığı yarışmalardır. Newzoo'nun 2017 raporuna göre dijital oyun sektörü 2016'da 101,1 milyar dolara ulaştı. Aynı raporda bu rakamın 2020'de 128,5 milyar dolara çıkmasını bekliyor ve mobil oyun sektörünün 128,5 milyar dolar gelirle Hollywood film sektörünü geride bıraktığını iddia ediyor (Aktuna ve Ünlüöner, 2017).

1.12. E-Spor Ve Deneyim Pazarlaması

Tiyatrolar, konserler, filmler ve TV şovları gibi eğlence endüstrisi eserlerinin finansal değeri deneyime dayanır ve bu deneyimler eğlence endüstrisinin temelini oluşturur (Pine ve Gilmore, 2012). Deneyim ekonomisiyle birlikte deneyimler alınıp satılabilen ürünler haline geldi. Şirketler tüketicinin keyif alabileceği bir deneyim satar ve tüketici de onu satın alır. Bu deneyim, sahada bir futbol maçını izlemeyi veya evde oynamak üzere satılan oyunları izlemeyi içerebilir. Deneyim ekonomisinde insanlara boş zamanlarında keyif alabilecekleri farklı deneyimler satmak önemlidir. Bu bakımdan boş zaman faaliyetlerini ana gelir kaynağı haline getiren eğlence sektörü, deneyim ekonomisinden büyük ölçüde faydalanmaktadır (Castronova, 2005).

Elektronik sporların amacı farklı deneyimleri bir araya getirerek hayranlarına sunmaktır. Oyun geliştiricilerin oyunun teknik özelliklerinden ziyade oyunun tüketiciye sunduğu deneyime odaklanması gerekiyor çünkü E-Spor kullanıcısı deneyim üzerinden tatmin sağlamaya çalışıyor. Eğlence endüstrisinin bir parçası olarak oyunlar ve spor, ekonomik değer yaratmak için deneyimleri kullanır. Bir eSpor etkinliğini sahada canlı izleyen kişiler, internette canlı yayın izleyen veya oyun oynayan kişiler, bu etkinlikleri oyun içi veya oyun dışı deneyimler edinmek için yapmaktadır. 21. yüzyılda deneyim ekonomisinin pazar alanlarından biri olarak ortaya çıkan espor, neredeyse hiç fiziksel ürün içermiyor ve oyun aboneliği gibi hizmetleri nadiren içeriyor. E-spor tüketicileri en çok ürün ve hizmetlere değil, tüketim sırasında kazanılan deneyimlere değer vermektedir (Seo, 2013). Pine ve Gilmore (2012) deneyim ekonomisinin tüketicilerin gerçekleştirdiği deneyimlerden oluştuğunu iddia etmektedir. 4E'lerden (Eğitim, Estetik, Eğlence, Kaçış). Bu; Eğitici, kaçışçı, estetik ve eğlenceli deneyimlerdir.

"Çevrimiçi ve çevrimdışı kaçış deneyimini vurguladı ve gerçek dünyadaki internet kafelere giderek kaçış deneyimini yaşama ve sürükleyici bir oyunun parçası hissetme gibi örnekler verdi. Verdiği estetik deneyim için şunları veriyor: e-spor turnuvalarına katılan veya seyirci olarak katılan ve bu turnuvalar sırasında yaratılan güzel ortama katılan bir oyuncu örneği. Oyun stratejileri ve taktikleri hakkında bilgi alışverişinde bulunan, en son haberleri

paylaşan ve eğitici örnekleri paylaşan espor toplulukları. Bu yayınları izleme keyfi, bir eğlence deneyimini temsil ediyor."

Elektronik sporlar, deneyimlerin hem üretilmesine hem de tüketilmesine olanak sağladığı için deneyim ekonomisinin bir parçası olarak önemli bir rol oynuyor. İnsanlar bunları oynarken veya izlerken tüketebiliyor. Rekabetçi bir oyun. Genellikle tüketici olan Espor hayranları, yeni medya platformları aracılığıyla yapımcı haline gelebilirler. İçeriklerini Twitch gibi yayın kanalları aracılığıyla çevrimiçi olarak eSpor hayranlarıyla paylaşan profesyonel oyuncular ve yayıncılar, eSpor'un gelişiminin bir kanıtıdır. Profesyonel sanatçılar, deneyimlerini tüketicilerle paylaşarak reklam geliri elde ediyor. eSporun deneyim ekonomisinden yoğun şekilde faydalanması, mal ve hizmet üretilmediği anlamına gelmiyor. Şampiyonların oyun içeriklerindeki ücretli satışları, şampiyon kıyafetlerinin satışı, bazı oyunlara özel üyelik talepleri ve takımların E-Spor arenasındaki ticari ürünlerinin (gömlek, kupa, kulaklık, mouse pad vb.) satışı gelirlere örnektir.

1.13. E-Spor Yatırımları

Günümüzde Paris Saint Germain, Manchester City ve Schalke 04 gibi büyük takımlar bu sektöre giriyor ve büyük yatırımlar yapıyor. Fandom olgusu ilk kez E-Spor'da ortaya çıkmış olabilir ve kulüplerin de E-Spor'a yatırım yaptığını bu anlamda görüyoruz. Öte yandan bazı öğrencilerin mevcut eğitim sisteminde kariyer yapma konusundaki çaresizlikleri ve mezuniyet sonrası gelecek kaygısı onları eğitim sisteminden uzaklaştırmaktadır. Bazı öğrenciler gelecekte profesyonel oyuncu olmayı veya oyun yayınlayarak geçimini sağlamayı düşünmektedir (Kocadağ, 2017).

"Devlet desteği Türkiye'nin elektronik spordaki ilerlemesini hızlandırdı. "Türkiye'nin yaban hayatı ihracatı son iki yılda yüzde 100 artarak 1 milyar doların üzerine çıktı." (Erişim 2023d)

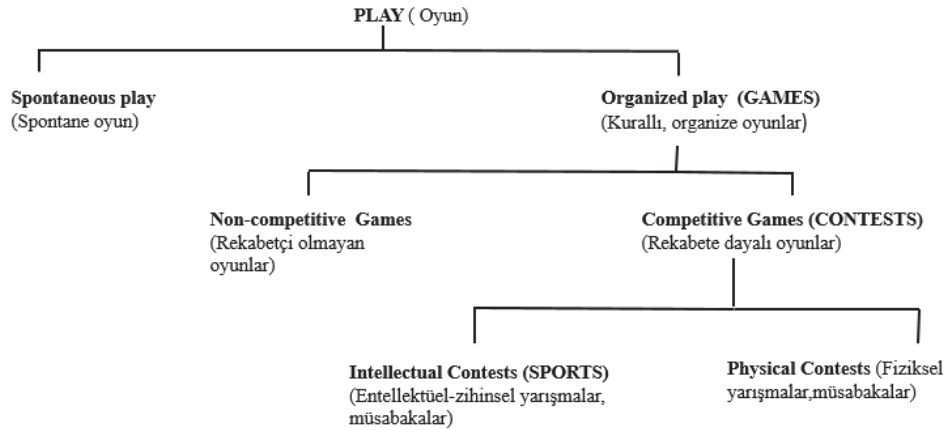
Ülkemizin ilk E-spor takımı 2003 yılında kurulan Dark Passage takımıdır. E-Spor'a olan talebin artması nedeniyle 2015 yılında Beşiktaş E-Spor Kulübü, 1907 yılında F.Bahçe E-Spor, 2016 yılında ise Galatasaray E-Spor kurularak League of Legends'ta eSpor takımlarına resmi destek sağlamaya başlamıştır. Ayrıca ülkemizde 2005 yılında Team Turquality, 2008 yılında ise HWA Gaming kuruldu. Başarılı takımlar arasında Bahçeşehir Üniversitesi'nden League of Legends takımı BAU Super Massive de bulunmaktadır (Üçüncüoğlu ve Çakır 2017). 2011 yılında kurulan Türkiye Dijital Oyunlar Federasyonu ile ülke tarafından federal düzeyde tanınan E-Spor, 2013 yılında bu federasyonun kapatılmasıyla birlikte başkan yardımcılığı seviyesine düşürüldü. Türkiye Espor Federasyonu 2011 yılında kurulmuştur.

Bakanlıkça 24.04.2018 tarih ve 277144 sayı ile onaylanmıştır ve Gençlik ve Spor Bakanlığına hizmet vermektedir. Gençlik ve Spor Bakanlığı Spor Genel Müdürlüğü, 2014 yılından itibaren profesyonel müsabakalara katılan oyunculara e-sporcu lisansı vermektedir.

1.14. Spor Ve Boş Zaman Etkinlikleri İçin E-Spor

E-Spor'un spor olduğuna dair görüşler olduğu gibi spor olmadığına dair görüşler de var. Pek çok kişi, özellikle de "geleneksel" spor tutkunları, E-spor'un spor olarak adlandırılmayacağını düşünüyor. Çoğu insan "spor" kelimesini düşündüğünde akla gelen ilk şeylerden birinin bilgisayar video oyunları olduğunu söylemeye gerek yok. Benzer şekilde kampüste "öğrenci sporcu" kelimesini duyduğumuzda aklımıza bilgisayar başında oturup sporcu olarak oynayan birini düşünmüyoruz. Aslında spor, saatlerce bilgisayar oyunu karşısında oturmanın tamamen zıttı olduğunu düşündüğümüz bir aktivitedir (DiFranciscoDonoghue ve Balentine, 2018). Sporcunun fiziksel şekli ve fiziksel aktivitesi tüm spor aktivitelerinin önemli bir parçasıdır. Ancak E-Spor oyuncularının oynadıkları oyunlarda başarılı olabilmeleri için reflekslerini, bilişsel işlevlerini ve el-göz koordinasyonunu doğru kullanmaları gerektiği unutulmuştur (Witkowski, 2012). Öte yandan yazarlar, Wagner'in kapsamlı E-spor tanımının, çok kapsamlı olmasına rağmen, E-spor'u tam olarak tanımlayamadığını düşünüyor. Yazarların Wagner'in tanımına uymadığını söyledikleri kısım, spor aktivitelerinin sadece zihinsel veya fiziksel olduğu görüşüdür. Yazarlara göre oyunu spordan ayıran temel özelliklerden biri sporun fiziksel becerilerin uygulanması olmasıdır (Jenny ve Manning, 2015; Suits, 2007). Fiziksel efor düzeyine bakılırsa basketbol veya futbol ile satranç arasındaki fark gözlemlenebilir. Futbol vücudun sürekli hareket etmesini gerektirir, ancak satranç sadece bir taş alıp başka bir yere yerleştirerek oynanır. Bu durumda satrancın da bir spor olarak değerlendirilmesi gerekir mi? Parry (2018), ES spor oyunlarının spor olmadığını, çünkü ona göre bunların yeterince "insani" olmadığını savunuyor; "Doğrudan fiziksellikten yoksunlar; Çünkü hayatı önem taşıyan vücut kontrollerini ve yeteneklerini kullanamamakta ve insan gelişimine katkıda bulunamamaktadırlar. Rekabetçi video oyunlarının spora benzediği söylene de bunlar spor değildir. Bilgisayar oyunları sadece oyundur. ES sporları ise Güney Kore, Macaristan ve Danimarka gibi bazı ülkelerde resmi bir spor olarak kabul edilmektedir (Jonasson ve Thiborg, 2010). Kazanan taraf kurumsal istikrarın garantisi olarak kabul edilir. E-Spor kurallarının kontrolü zor olsa da belli bir süre, kişi sayısı gibi kurallar mevcut olup, kazananı ve kaybedeni olan maçlar/yarışmalar bulunmaktadır. Savaş, strateji, taktik ve takım motivasyonu gibi beceri yoğun yönleri içerir. Her ne kadar tartışmalı olsa da fiziksel yetenekler açısından E-sporcular klavye ve fareyi

kullanarak dakikada 400 hareket yapabilmektedir. Dünya E-Spor Oyunları, Dünya Siber gibi kuruluşlar ve Uluslararası E-Spor Federasyonu gibi yönetim organları bulunmaktadır (Jenny ve Manning, 2015; Schaeperkoetter vd., 2017). Ayrıca 2017 yılında dünya çapında 385 milyon kişiye ulaşılmıştır (Yükçü ve Kaplanoğlu, 2018). Hem E-spor hem de modern sporlar bireysel veya takım halinde yapılmaktadır. Başarılı olmak için bireysel becerilerin diğer rakiplerin seviyesinden üstün olması ve takım olarak yüksek düzeyde senkronizasyon ve uyumun sağlanması gerekir. Her iki spor da zihinsel gerginlik içermektedir (Akın, 2008). Futbol, basketbol ve voleybol gibi geleneksel sporlar çok sayıdadır ve her birinin kendi turnuvaları ve yarışmaları vardır. E-Spor'un ayrıca League of Legends, Dota 2, Counter Strike: GO gibi farklı kategorileri vardır ve hepsinde yıl boyunca farklı zamanlarda turnuvalar ve yarışmalar düzenlenir. Günümüzde spor gibi E-sporun da farklı alanları (FPS, RTS, MMORPG ve spor oyunları) bulunmaktadır (Hamari ve Sjöblom, 2015). Bu sporların bir kısmı bireysel müsabakalara açıkken, bir kısmı da takım müsabakalarına açıktır. Geleneksel sporlar gibi E-sporun da yıldız oyuncular, hayran kitleleri, takımları, formları ve ligleri vardır (Jenny ve Manning, 2015). E-sporun ayrıca düzenli antrenman, takım çalışması veya önceden planlanmış taktiklerin mükemmel bir şekilde uygulanması gibi geleneksel sporlarla benzerlikleri vardır (Hutchins, 2006).



Şekil 1.9 Oyun Spektrumu

Kaynak: Jonasson ve Thiborg, 2010

E-spor ağırlıklı olarak genç nesilden oluşuyor, ortalama E-Spor oyuncusu 15-25 yaş aralığında ve haftada 3-4 kez 2-4 saat antrenman yapıyor (Martončík, 2015). E-sporun spor olup olamayacağını daha detaylı tartışmak için spor sosyolojisinden (Guttmann, 1978) ve spor felsefesinden (Suits, 2007) günümüzün temel spor tanımlarını gözden geçiriyoruz. Bu iki tanıma göre bir E-sporun spor olarak nitelendirilip nitelendirilemeyeceğinin belirlenmesi için, spor olarak kabul edilebilmesi için aşağıdaki yedi özelliğe sahip olması gerekmektedir.

a. Oyunlar: Guttmann (1978) oyunların tüm sporların temeli olduğunu savunur. Eğlence için yapılan, gönüllü, özünde motive edici faaliyetlerdir. Bu bağlamda E-Spor katılımcıları gönüllü olarak eğlence amaçlı video oyunları oynamakta ve bu sporun misyonunu yerine getirmektedir.

b. Organizasyon: Suits (2007) spor aktivitelerinin amaçlı, kurallar olduğunu öne sürmektedir. Benzer şekilde Guttmann'a (1978) göre spor düzenlenir ve kurallara tabidir. Tipik bir Espor turnuvasında takımlar dört ila beş oyuncudan oluşur, birden fazla turda yarışır ve belirli bir süre boyunca (1 saat veya 45 dakika gibi) kendi seçtikleri bir video oyununu (League of Legends gibi) oynarlar. Bu açıdan bakıldığında sporun düzenlenmiş bir olgu olduğu görülmektedir.

c. Rekabet: Tüm sporlar rekabeti içerir. Guttmann (1978) kazanmaya/kaybetmeye yol açan spor müsabakalarını içermelidir. Espor, sonunda kazanan/kaybedenlerin olduğu rekabetçi video oyunlarını içerir. E-spor şüphesiz rekabeti ve çoğunlukla da çok şiddetli rekabeti beraberinde getiriyor.

d. Beceri: Suitsu'ya (2007) göre spor, kazanmanın tek nedeninin şans olmadığı durumlarda beceri gerektiren oyunu içermelidir. Espor'da oyuncular, ekrandaki avatarlarını (yani bir video oyununda oyuncuyu temsil eden simgeyi) etkili bir şekilde kontrol etmek amacıyla fare/oyun konsolu düğmelerini idare etmek için becerikli bir koordinasyona ihtiyaç duyarlar. Profesyonel bir oyun turnuvasında başarı; Hızlı refleksler, iyi çeviklik ve mükemmel el-göz koordinasyonu göstermelisiniz. Ancak başarılı bir E-spor oyuncusunun, oynanan oyunu çözebilecek kapsamlı bilgi ve becerilerin yanı sıra oyun mantığına (taktik ve strateji) de sahip olması gerekir (Hemphill, 2005). Her ne kadar Espor beceri gerektirse de sporun ortak tanımları, aktivitede yer alan becerilerin fiziksel olması gerektiğini öne sürüyor.

e. Fiziksellik: Suitsu'ya (2007) göre sporu oyunlardan ayıran en önemli özellik fizikselliktir; Her ne kadar spor şans değil beceri oyunu olsa da becerinin aynı zamanda fiziksel olması da gerekir. Guttmann (1978) da sporun fiziksel yarışmalardan oluşması gerektiğini savunur. Dolayısıyla bir oyunun spor sayılabilmesi için fiziksel becerilerin mevcut olması ve bu fiziksel becerilerin görevin başarıyla tamamlanmasına doğrudan katkı sağlaması gerekmektedir. Basketbolda şut atma şekliniz şut çekip çekmemenizi doğrudan etkiler. Basketbolda başarılı olmak iyi fiziksel beceriler gerektirir. Ancak birçok oyun, hatta masa oyunları bile oyunda başarılı olmak için oyuncunun fiziksel yeteneklerini gerektirebilir. Başarılı bir Jenga oyuncusu olmak, büyük konsantrasyon, strateji ve hassas ince motor becerileri gerektirir. Bu tür kesin fiziksel beceriler ancak aylar hatta yıllar içinde geliştirilebilir.

f. Geniş izleyici kitlesi: Suits (2007), sporun yalnızca yerel ilgi veya merak uyandıran ve geniş izleyici kitlesine sahip bir oyunun ötesine geçmesi gerektiğini savunmaktadır. E-Spor oyunları 2017 yılında toplam 385 milyon Espor izleyicisine, 191 milyon Espor hayranına ve 194 milyon gündelik Espor izleyicisine ulaştı. Toplam spor izleyicisinin 2018'de 389 milyona, 2019'da 427 milyona ve 2020'de 589 milyona ulaşacağı tahmin ediliyor (Yükçü ve Kaplanoğlu, 2018). Yani E-Spor'un oldukça fazla takipçisi ve izleyici kitlesi olduğu söylenebilir.

g. Kurumsallaşma: İstikrarı ortaya koymak uzun zaman alır. Kurumsallaşma uzun bir geçmişi olan bir faaliyettir: (a) kurallar geliştirilir ve standartlaştırılır; (b) oyunu öğrenmenin resmi olduğu; (c) yeterlilikler gelişir ve (d) antrenörler, eğitmenler, yetkililer ve kurullar ortaya çıkar (Suits, 2007). Bu bağlamda e-sporun popüleritesi inkar edilemez olsa da kurumsal organizasyon ve düzenlemelerinin istikrarının henüz kanıtlanamadığı ifade edilebilir.

1.15. E-Spordaki Farklılıklar

En önemli soru, bir sporun eSpor olarak kabul edilebilmesi için bir spor etkinliğinde sporun hangi bölümlerinin veya alanlarının elektronik ve/veya bilgisayar kontrollü olması gerektiğidir. Bir spor ile spor arasındaki temel fark, sporun/oyunun sonucunu belirleyen oyuncu veya takımın eylemlerinin nerede gerçekleştiğidir. Modern sporlarda, sporcuların spor faaliyetlerinde işbirliği yapmak için elektronik ve otomatik sistemleri kullanmasına rağmen, sonucu belirleyen tüm faaliyetler "gerçek dünyada" gerçekleşiyor gibi görünmektedir. Ancak Esporda sonucu belirleyen eylemlerin "sanal dünyada" yani elektronik/dijital/bilgisayar ortamlarında gerçekleştiği görülüyor. E-sporcular, gerçek dünyada ve oyunda insan-bilgisayar arayüzü (insan girdileri: fare, klavye, mikrofon, hareket sensörleri, ağırlık sensörleri, ivmeölçerler. Bilgisayar çıktıları: görsel yardımcılar, dokunsal geri bildirim, ses cihazları) içeren spor ekipmanlarını kullanır. Uzmanlıkları elektronik sistemlerdir. Bunun yerine modern sporcular insan-fiziksel nesne arayüzünü kullanır veya mutlaka ekipmana ihtiyaç duymazlar ve oyun alanları gerçek dünyadır (Hamari ve Sjöblom, 2015). Esporda kullanılan araç ve ekipmanlar (klavye, mouse, mouse pad, kulaklık, gözlük, internet hızı, eldiven, özel gömlek, takım forması, milli takım) hiçbir modern sporda kullanılan araç ve ekipmanlardan farklı değildir. Elektronik sporlarda fiziksel efordan ziyade zihinsel efora daha fazla önem verilmektedir (King vd., 2009). Modern spor ise zihinsel ve fiziksel çabaya önem vermektedir (Akın, 2008). Günümüz sporcuları profesyonel bir ortamda (saha, havuz, kapalı alan vb.) antrenman yaparken, e-sporcuların antrenman ortamı bilgisayar ortamıdır ve bunu tek

başlarına veya takım halinde herhangi bir yerden yerel ağ bağlantısı üzerinden yaparlar. (Argan vd., 2006). Espor oyunlarında başarıyı etkileyen faktörleri kategorize edersek bunlar; düşünce hızı, sezgi, zeka, takım çalışması, beceri, vizyon, odaklanma ve liderliktir. Bütün bu faktörler sporcuların başarısı için önemli faktörlerdir (Akın, 2008). Bu nedenle çoğu yarışmada e-sporcular kendi kullanıcı arayüzü araç ve ekipmanlarını getirip yarışmaya katılma seçeneğine sahiptir ve bu araç ve ekipmanlar oyuncunun takım sponsorlarının logolarını taşır. Günümüzde teknoloji şirketleri öncelikle reklam ve finansal destek için profesyonel spor takımlarıyla anlaşmalar yapıyor. Takımlar bu sponsorları web sitelerinde ve takım formlarında listeler. Elektronik sporların ana sponsorları Intel, Coca-Cola, Red Bull, Mountain Dew, T-Mobile, Mobil 1, Audi, Airbus, ASUS, HTC, Logitech, Razer ve Türk Hava Yolları'dır.

1.16. E-Sporun Avantajları

Elektronik sporlar diğer sporlara göre kendine özgü farklılıklara sahiptir, dolayısıyla tüm çekici özelliklerine göre sınıflandırılabilirler (Kabadayı, 2019);

- Dünyanın herhangi bir yerindeki maçları ve turnuvaları izleme ve oynama olanağı; örneğin bu ortamda fiziksel olarak bulunmanıza gerek yoktur.
- Sporun tesis veya ekipman gibi temel ihtiyaçları diğer sporlara göre ekonomik açıdan çok önemli değildir,
- Bireysel ve takım müsabakaları türleri vardır,
- Stratejik ve analitik düşünme gerektirir ve farklı spor içerikleri sunar,
- Kadın ve erkeğin aynı anda ve eşit olarak yarışabildiği dünyadaki tek spordur.

1.17. Aktif E-Spor

"İnsan sonrası dönemde, bedenin varlığı ile bilgisayar simülasyonu, sibernetik mekanizmalar ve biyolojik organizmalar, robotik teoloji ve insan hedefleri arasında hiçbir temel farklılık veya net sınır yoktur. İnsan sonrası bir karışımdır. Doğal özü yok edilmiş olanın." (Şahin, 2015; Şahin, 2010)

Önceki bölümde de belirtildiği gibi, uzun süre oturmanın video oyunu oynamakla ilişkili olduğu gösterilmiştir. vücut kompozisyonu, aktivite düzeyi, benlik saygısı, sosyal davranış ve akademik başarı gibi bir takım olumsuz sağlık ve davranışsal göstergelerle ilişkilidir (Griffiths, 2010; Griffiths, 2011). Bu nedenle sağlık araştırmacıları kanıta dayalı teknolojiyi kullanarak yeni oyunlar geliştirmeye çalışmışlardır. Aktif video oyunları olarak adlandırılan sorunun değil, çözümün parçası olmak ve alışlagelmiş oturarak oyun tahtasından temel farkı, aktif video oyunlarının fiziksel aktivite gerektiren ekran hareketleri, kullanıcının

fiziksel aktivitesini simüle eden yazılımlar içermesidir. Avatar kullanarak hareketleri ekranda görüntüleyebilirsiniz (Boot vd., 2008). Bunlara genellikle exergames adı verilir ve hareket dedektörleri, kızılötesi sensörler veya kameralar kullanılır. Aktif video oyunları Nintendo Wii, Xbox Kinect ve PlayStation 4 gibi sistemlerde oynanmaktadır. Oh ve Yang (2010) aktif video oyunlarını denge, esneklik, güç ve kardiyovasküler fonksiyon dahil olmak üzere fiziksel aktiviteyi destekleyen bir video oyunu olarak tanımlamıştır. Sağlık ve fitness için Amerikan Spor Hekimliği Koleji (ACSM), günde en az 30 dakika, haftada 5 gün veya yüksek yoğunlukta aerobik, nöromotor veya atletik aktivite dahil orta yoğunlukta fiziksel aktiviteye katılmanızı önerir. Haftada 3 gün, günde en az 20 dakika fiziksel aktivite. ACSM, yüksek yoğunluklu egzersizi nefes alma, terleme ve kalp atış hızında önemli bir artış olarak tanımlasa da; orta şiddette bu özelliklerde anlamlı bir artış olduğunu bildirmişlerdir (Haskell vd., 2007). Bir meta-analiz, aktif video izlemenin enerji harcamasını, kalp atış hızını, metabolik eşdeğeri (MET), VO₂max'ı ve fiziksel aktiviteyi artırdığını gösterdi (Gao vd., 2015). Başka bir meta-analiz, aktif video oyunu oynama ile enerji harcaması arasında güçlü bir ilişki olduğunu ve katılımcıların çoğunluğunun ACSM tarafından önerilen orta düzeyde fiziksel aktivite düzeylerine ulaştığını bildirdi (Sween vd., 2014). Aktif video oyunlarının, hareketsiz video oyunlarına göre daha fazla enerji harcadığı, aktif video oyunları sırasında ise güncel spor ve egzersize göre daha az enerji harcadığı rapor edilmiştir (Ballard vd., 2009; Daley, 2009; Foley ve Maddison, 2010; Jenny ve Schary, 2015). Aktif video oyunu sırasındaki enerji harcamasının orta yoğunlukta yürüyüşle karşılaştırılabilir olduğu öne sürülmüştür (Graf vd., 2009). Yürüme, atlama ve koşu gibi aktiviteler örnek gösterilebilir (Biddiss ve Irwin, 2010; LeBlanc vd., 2013; Maddison vd., 2007). Rastgele seçilmiş kontrollü bir çalışma, aktif bir video oyunu grubunun, kontrol grubuyla karşılaştırıldığında aşırı kilolu ve obez çocuklarda BMI ve vücut kompozisyonu üzerinde küçük ama anlamlı bir etkiye sahip olduğunu gösterdi (Maddison vd., 2011; Andrews ve Murphy, 2006). Günümüzde spor, hareketsiz video oyunlarını da içeriyor. Araştırmacılar video oyunlarının koordinasyon ve el becerisi gerektirdiğini iddia etse de, e-sporcular şu anda yalnızca fareyi idare etmek için ince motor becerilere sahipler (Crawford ve Gosling, 2009; Hong ve Liu, 2003). Aksiyon video oyunları eğlence veya egzersiz için kullanılıyor ancak henüz rekabetçi Esportlara dahil edilmedi. Eğlence için video oyunları oynayarak çok fazla zaman harcayan çocuklar için, fiziksel olarak aktif katılımı içeren aktif video oyunları, enerji harcamasını artırmanın güvenli, eğlenceli ve değerli bir yolu gibi görünmektedir. Video oyunlarının muazzam popüleritesi nedeniyle aktif video oyunlarının obeziteyle mücadele ve fiziksel aktiviteyi artırmada bir araç olması mümkündür. Ancak hareketsizliğe bağlı enerji harcamalarının azalması ve olası obezite

gelişimiyle mücadele etmek için e-sporcuların egzersiz, dinlenme ve spor gibi fiziksel aktivitelere katılımlarını artırmaya yönelik yapılandırılmış haftalık programlar oluşturulmasına yönelik çaba gösterilmelidir.



İKİNCİ BÖLÜM

GEREÇ VE YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışmanın amacı Elektronik Spor kavramına yönelik uzman ve akademisyen görüşlerinin belirlenmesi ve E-sporcu problemlerinin sporcular aracılığı ile tanımlanmasıdır. Tüm bu bilgilere ulaşmak için araştırmanın amacına uygun olarak “nitel yöntem” kullanılacaktır. Günümüzde elektronik spor ve spor yönetimi ile alakalı daha detaylı bilgi edinmek ve nicel araştırmalarda var olan sınırlılıkları azaltılmak adına nitel araştırmalara daha fazla yönelinmektedir (Levent, 2009).

Nitel araştırmalar; görüşmenin, gözlemin, doküman analizinin, öyküsel analiz, eleştirel ve etnografik çalışmaların vb. yöntemlerini içeren ve inceleyen, algıların olduğu gibi bütüncül bir şekilde sunulduğu araştırma süreci olarak tanımlanmaktadır (Patton, 2002; Merriam, 2009). Nitel araştırmalarda ön plana çıkan özellikler; doğal ortamlara duyarlılığı, araştırmacıların katılımcı rollerinin olması, yaklaşım olarak bütüncül bir yapıda olması, algıların net bir şekilde ortaya çıkarılmasının sağlanması, araştırmaların deseninde esnek ve tümevarımcı bir analiz yapısıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Merriam (2009) nitel araştırmaların amacının bireylerin algıladığı gerçeği nasıl benimsedikleri ve inşa ettikleri üzerine odaklanması olduğunu belirtmiştir. Bu sebeple araştırmacılar, insanların kendi hayatlarını nasıl algıladıklarıyla, algılarını nasıl şekillendirdikleriyle ve tecrübelerini nasıl anlamlandırdıklarıyla ilgilenirler. Creswell ve arkadaşları (2007) nitel araştırmayı, bireylerin ya da grupların sosyal ya da beşeri bir problemi keşfetmek ya da anlamlandırmak adına kullandıkları araç olarak tanımlar. Bu bağlamda nitel olarak gerçekleştirilen araştırmaların paradigması; yoğun araştırmalar, olayların açıklanması ve anlamların yorumlanması olarak tanımlanırken, kullanılan metot ve teorilerde; nitel, etnografik, katılımcı gözlemi, fenomenolojik (olgusal), yapısalcı ve yorumlayıcı yaklaşımları da içeren çeşitli etiketlerin altında atıfta bulunulur (Arabacı, 2018).

Bu çalışmanın amacı Elektronik Spor kavramına yönelik uzman ve akademisyen görüşlerinin belirlenmesi ve E-sporcu problemlerinin sporcular aracılığı ile tanımlanmasıdır. Elektronik spor sektörünün gelişimi göz önüne alındığında bu alanın gerisinde kalmamak, bu alanla ilgili tanımlamaları bilimsel olarak ortaya çıkarmak için farkındalık çalışmaları gerekmektedir. Bilhassa spor bilimcilerin bu konudaki görüşleri ve yönelimleri kabul görme açısından önem arz etmektedir. Bunun yanı sıra elektronik sporcu olan bireylerin ulusal ve

uluslararası bağlamdaki sorunlarının belirlenmesi, önlem alma ve çözüm geliştirme noktasında etkili olacaktır.

Bu sebeple araştırma, nitel araştırmalarda kullanılan “fenomenoloji” desenine uygun olarak tasarlanmıştır. Fenomenoloji; araştırmacının belirli bir olguya yönelik algılarını, deneyimlerini ve tepkilerini ortaya koymayı amaçlayan nitel bir desendir (Fraenkel vd., 2012). Olgubilim (fenomenoloji) deseninde kullanılan veri kaynakları genellikle araştırılması beklenen olguyu tecrübe eden ve bu tecrübeyi nasıl anlamlandırdığıyla ilgilenilen kişiler veya gruplardır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Fenomenoloji, kişilerin tecrübeleri ve çevremizdeki olayların bu tecrübeler ile ne şekilde algılandığının incelenmesidir. Aynı zamanda fenomenoloji, olgu ya da benliğin anlamı ve özünü araştırmaktadır (Sokolowski, 2000). Fenomenoloji deseninde “Kişilerin bir olguya yönelik yaşantılarının onlar için anlamı, yapısı ve önemi nedir?” sorusuna cevap aranır. Burada kişilerin belirli olguları nasıl algıladığı, nasıl tarif ettiği, anlamlandırdığı, onunla ilgili ne hissettiği ve ondan nasıl bahsettiğini tanımlamak amaçlanmaktadır. Burada araştırılan; bir olgu, bir duygu, bir kurum, bir kültür veya bir program olabilir (Patton, 2002). Fenomenoloji desenini kullanan araştırmacılar, araştırılan konuya katılımcılar gözünden bakarak anlamaya çaba gösterirler (Welman ve Kruger, 2001). Patton (2002) olgubilim (fenomenoloji) deseninin diğer nitel desenlerden farklarını şu şekilde belirtmektedir:

- a) Öğrenilmesi beklenen durum; insanların deneyimleri ve bu deneyimlerin kendi sosyal hayatlarında nasıl yorumlandığıdır.
- b) Olguyu en uygun şekilde incelemek üzere farklı veri toplama yöntemleri kullanmayı gerektirmektedir.
- c) Kişilerin ortak tecrübelerine ilişkin temel olgularını ortaya koymak için çeşitli veri kaynaklarından alınan veriler analiz edilerek benzer anlamlar ortaya çıkarılmakta ve bunlar birbirleriyle ilişkilendirilmektedir.

2.2. Çalışma Grubu

Nitel araştırmalar, gerçeğin yaşantılar yolu ile nasıl algılandığı üzerine yoğunlaşmaktadır (Merriam, 2009). Nitel araştırmalarda örneklemin belirlenmesi araştırmaların geçerlik ve güvenilirliği üzerinde etki yaratacağından dolayı oldukça önemlidir (Mertens, 2014). Bu araştırmanın çalışma grubu nitel araştırma yöntemlerinde kullanılan “amaçlı örnekleme yöntemi” ile oluşturulacaktır. Amaçlı örnekleme yöntemi, nitel araştırma yöntemlerinde sıklıkla kullanılmaktadır. Bu yöntemde araştırma sorularını yanıtlayabilecek ve bilgi açısından dolgun kaynaklara (kişi, grup, olgu vs.) odaklanılmaktadır (Flick, 2014). Bu

araştırma fenomenoloji (olgubilim) deseninde yürütüldüğünden dolayı önemli olan katılımcıların çalışma kapsamındaki olguları deneyimlemeleridir (Creswell, 2009). Bu sebeple araştırmanın örnekleme, amaçlı örnekleme türlerinden “maksimum çeşitlilik örnekleme” yöntemi ile oluşturulmuştur. Maksimum çeşitlilik örnekleme yönteminde araştırılan olgu ve olaylar ile alakalı birçok farklılığı içeren ana temaların keşfedilmesi ve tanımlanması amaçlanır (Neuman, 2014). Maksimum çeşitlilik örnekleme yönteminde bir olgunun açıklanmasında çeşitlilik arz eden tüm durumların incelenmesi amaçlanmıştır (Patton 2002). Bu bağlamda deneyim çeşitliliği oluşturmak adına elektronik spor sektörü içerisinde yer alan sporcu, yönetici, il temsilcisi ve takım sahibi gibi çeşitlilik alanları olarak belirlenmiştir.

Tablo 2.1 Katılımcı Özellikleri

Katılımcı Kodu	Oyun Türü	Yaş	Tecrübe	Eğitim/Ünvan	Görüşme süresi
G1	MOBA	21	3	Üniversite	18 dk
G2	MOBA	20	3	Üniversite	25 dk
G3	MOBA	22	6	Üniversite	23 dk
G4	MOBA	24	7	Üniversite	16 dk
G5	MOBA	29	12	Üniversite	30 dk
G6	MOBA	20	3	Üniversite	22 dk
G7	MOBA	20	3	Üniversite	15 dk
G8	MOBA	20	4	Üniversite	18 dk
G9	MOBA	21	5	Üniversite	21 dk
A1	-	43	16	Doçent Dr.	52 dk
A2	-	37	5	Arş. Gör. Dr	70 dk
Y1	-	38	8	Kulüp sahibi/Koordinatör	38 dk
Y2	MOBA	30	7	Antrenör (Koç)	44 dk
Y3	-	35	4	Koordinatör/İl temsilcisi	48 dk

2.3. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veriler araştırmacının geliştirdiği “yarı yapılandırılmış bireysel görüşme formları” ile toplanacaktır. Creswell (2009) nitel veri toplamayı; çalışmanın sınırlarını koymak, yapılandırılmamış veya yarı yapılandırılmış gözlem, görüşme, belge veya görsel materyaller yoluyla bilgi toplamak, ilaveten bilgilerin ses kaydı için protokol oluşturmak olarak sıralamıştır. Fenomenoloji (olgubilim) deseninde bireylerin kendi deneyimlerinin detaylı olarak incelenmesi için görüşmeler en temel veri toplama aracı olarak görülmektedir (Fraenkel vd., 2012). Merriam (2009) nitel çalışmalarda incelenen fenomenin anlaşılması için gerekli olan nitel verilerin toplanmasında “görüşme” yönteminin ana kaynak

olduğunu belirtmiştir. Görüşme, ciddi bir amaç adına önceden belirlenen hedefler için yapılan, karşıdaki bireylere soru sorarak yanıtların alındığı bir etkileşim sürecidir. Bu tanım ile açıklanan süreç, iletişimin dinamik ve süregelen yapısını ifade etmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Punch'a (2005) göre ise nitel araştırmalardaki görüşmeler, insanların gerçekliğe ilişkin algılarını ve tanımlamalarını anlamak için kullanılan bir yol ve diğer insanları anlama adına en kuvvetli yöntemdir. Patton (2002), iyi bir görüşmenin sadece görüşme yapan kişinin düşüncelerine, duygularına, bilgisine ve tecrübesine dayanmadığını belirterek; görüşülen kişilerin sahip olduğu özelliklerin de görüşmeyi etkileyen unsurlar arasında olduğunu altını çizmiştir.

Görüşmelerin bir amaç doğrultusunda planlanarak yapılması, görüşme tekniklerini sohbetten ayırarak, amaçlara uygun planlanan bir veri toplama süreci olarak tanımlar ve görüşmelerde kullanılmakta olan soru ve cevap yöntemleri de verileri toplamada, ilişki kurma ve verilere ulaşma yolları olarak adlandırılır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Literatür incelendiğinde görüşme türlerinin; yapılandırılmış görüşmeler, yarı yapılandırılmış görüşmeler ve yapılandırılmamış görüşmeler olarak çeşitlendiği görülmektedir (Karasar, 2002). Yapılandırılmış görüşmelerde soruların ifadelendirilmesi ve sıralaması önceden belirlenmiştir ve değiştirilmemektedir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde sorular, görüşme sürecindeki koşullara göre esnek şekilde kullanılabilir. Yapılandırılmamış görüşmelerde ise açık uçlu sorular kullanılarak, görüşmeci ve görüşülen birey arasındaki iletişime dayalı olarak tamamen esnek bir süreç izlenmektedir (Merriam, 2009).

Görüşme yönteminde veri toplamada en yaygın olanının, keşfedilmek istenen konu ve bununla ilgili bir dizi sorudan oluşan “yarı yapılandırılmış görüşmeler” olduğu vurgulanmaktadır. Bu görüşme türünde araştırmacılar görüşme için soruları önceden hazır hale getirir. Fakat görüşme esnasında araştırma yapılan bireylere kısmi olarak esneklik sağlamak adına hazırlanan soruların yeniden düzenlenmesi ve tartışılmasına olanak verilir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerde, araştırma yapılan bireylerin de araştırma üzerinde etkileri olabilir (Ekiz, 2003). Bu araştırmada verilerin toplanması süreçlerinde araştırmacının geliştirdiği “yarı yapılandırılmış bireysel görüşme formları” ve “demografik bilgi formları” kullanılacaktır. Görüşme formları geliştirilirken ilgili literatür incelenecek ve pilot görüşme soruları oluşturulacaktır. Bu sorular spor yönetimi alanında ve rekreasyon alanında dört uzman akademisyene ve ölçme ve değerlendirme alanında bir uzman akademisyene anlaşılabilirlik ve kapsam açısından değerlendirilmek üzere sunulmuştur. Daha sonra bu pilot görüşme soruları maksimum çeşitlilik örnekleme ile belirlenen akademisyen ve e-sporcu ile

denenmiş ve alınan dönütler neticesinde görüşme formuna son şekli verilmiştir. Bu neticede elde edilen görüşme formu oluşmuştur.

2.4. Veri Toplama Süreci

Görüşmeler randevu alınarak, katılımcıların istediği mekânda, sessiz, dikkat dağıtmayacak sakin bir ortamda yüz yüze ve pandemi koşulları gereği yüz yüze yapılamayan dönemde web tabanlı programlar üzerinden yapılmıştır. Veriler 03.03.2022-05.12.2023 tarihleri arasında toplanılmıştır. Görüşme öncesi teşekkür, tanışma ve tez amacı açıklanmış ve kendi talepleri bu yönde olmadıkça isimlerinin ve kayıtlarının herhangi bir mecrada bilimsel amaç dışında kullanılmayacağı belirtilmiş verilerin, sadece bilimsel amaçlı ve etik kurallar ve kodlar dâhilinde doktora tez çalışmasında ve onunla ilgili bilimsel çalışmalarda (makale, sunum, tez kitapçığı vb. şeklinde) kullanılacağı açıklanmıştır. Görüşmeye başlangıcında gerekli açıklamalar yapıldıktan sonra görüşmenin ses veya görüntü kaydı ile kaydedileceği belirtilmiş ve gönüllü katıldıklarına dair onam alınmıştır.

2.5. Verilerin Çözümlemesi Ve Yorumlanması

Nitel araştırma sürecinin bir parçası olarak gerçekleştirilen verilerin çözümlemesi ve yorumlanması bölümü, Huberman ve Miles (1994) tarafından belirtildiği gibi "standart bir formatta yapmaktan ziyade isteğe bağlı olarak oluşturulan, gözden geçirilen ve yönetilen" bir niteliğe sahiptir. Nitel araştırmada veri toplama, deşifrasyon ve raporlama adımları eş zamanlı olarak gerçekleşir (Dey, 1993). Araştırma sürecinde ilgili katılımcılarla yapılan görüşmeler sırasında, görüşmecilerin izniyle ses kaydı alınmıştır. Elde edilen veriler, dijital bir ortamda işlenebilmesi için öncelikle yazılı belgeler haline getirilmiştir. Bu yazılı belgelerin analiz sürecinde ise MAXQDA Analyctis Pro 2018 (Release 18.2.4) isimli veri analiz programı, Nitel ve Karma Yöntemler için Profesyonel Veri Analiz Yazılımı olarak kullanılmıştır. Görüşmeler, raporlar, tablolar, çevrimiçi anketler, odak grupları, videolar, ses dosyaları, literatür, görseller ve belgeler gibi çeşitli verileri analiz etmeye yardımcı olan MAXQDA programı, son yıllarda nitel, nicel ve karma yöntemlerle çalışan araştırmacılar tarafından yaygın bir şekilde tercih edilmektedir (Erişim, 2022n).

Nitel araştırma sürecinin bir parçası olarak gerçekleştirilen verilerin çözümlemesi ve yorumlanması bölümü, Huberman ve Miles (1994) tarafından belirtildiği gibi "standart bir formatta yapmaktan ziyade isteğe bağlı olarak oluşturulan, gözden geçirilen ve yönetilen" bir niteliğe sahiptir. Nitel araştırmada veri toplama, deşifrasyon ve raporlama adımları eş zamanlı olarak gerçekleşir (Dey, 1993). Araştırma sürecinde ilgili katılımcılarla yapılan görüşmeler sırasında, görüşmecilerin izniyle ses kaydı alınmış ve detaylı bir şekilde notlar alınmıştır. Elde

edilen veriler, dijital bir ortamda işlenebilmesi için öncelikle yazılı belgeler haline getirilmiş ve daha sonra ayrıntılı bir şekilde kategorize edilmiştir. Bu yazılı belgelerin analiz sürecinde ise MAXQDA Analyctis Pro 2018 (Release 18.2.4) isimli veri analiz programı, Nitel ve Karma Yöntemler için Profesyonel Veri Analiz Yazılımı olarak kullanılmıştır. Görüşmeler, raporlar, tablolar, çevrimiçi anketler, odak grupları, videolar, ses dosyaları, literatür araştırmaları, görseller ve belgeler gibi çeşitli verileri analiz etmeye yardımcı olan MAXQDA programı, son yıllarda nitel, nicel ve karma yöntemlerle çalışan araştırmacılar tarafından yaygın bir şekilde tercih edilmektedir (Erişim, 2022n). Bu program, araştırmacılara verileri daha ayrıntılı bir şekilde inceleme ve analiz etme imkanı sunarak, nitel araştırmanın daha derinlemesine bir anlayışını sağlamaktadır. Araştırmacılar bu program sayesinde verileri daha kapsamlı bir şekilde sınıflandırabilir, ortak temaları belirleyebilir ve sonuçları görsel olarak sunabilirler. MAXQDA, nitel araştırma sürecinin daha etkili bir şekilde yönetilmesine yardımcı olurken, araştırmacılara zaman ve emek tasarrufu sağlamaktadır. Bu nedenle, MAXQDA programı, nitel araştırma alanında çalışan her araştırmacı için vazgeçilmez bir araç haline gelmiştir. Araştırma sürecinin analiz ve yorumlama aşaması, MAXQDA programının kullanımıyla daha kolay bir hale gelmektedir, çünkü bu program, araştırmacılara notları, görüşmeleri ve diğer verileri etkili bir şekilde organize etmelerini sağlar. Ayrıca, programın etkileşimli ve esnek özellikleri, araştırmacıların veri analizinde farklı yaklaşımları denemelerine ve keşifçi bir araştırma sürecini sürdürmelerine olanak tanır. MAXQDA programının kullanımıyla, araştırmacılar daha iyi bir anlayış geliştirebilir, yeni bilgiler keşfedebilir ve nitel araştırma sürecinin sonuçlarını daha etkili bir şekilde sunabilirler. Bu nedenle, MAXQDA programı, nitel araştırmaların başarılı bir şekilde yürütülmesine yardımcı olan önemli bir araçtır (Jacques, 2021).

Araştırmada, verilerin anlaşılır bir biçimde çözümlenmesinin önemli olduğu belirlenmiş ve bu amaçla nitel analiz yöntemlerinden olan "betimsel analiz" yöntemine başvurulmuştur. Bu yöntem sayesinde neden-sonuç ilişkileri irdelenerek araştırma süreci daha da derinlemesine incelenmiştir. Araştırmanın başarıyla sonuçlanması için birtakım sonuçlara ulaşılması gerekmekte ve bu sonuçların doğru bir şekilde yorumlanması büyük önem taşımaktadır. Verilerin tanımlanması adına "betimsel analiz" yöntemi kullanılarak birbirine benzeyen veriler belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirilmiştir. Bu yöntem sayesinde verilerin içinde saklı olabilecek gerçeklerin de ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Bununla birlikte, ses kayıt cihazı kullanarak elde edilen veriler bilgisayarda düz yazı haline getirilerek daha kolay bir şekilde analiz edilebilir hale getirilmiştir. Katılımcıların cevapladığı sorular bir dosyada toplanmış ve daha sonra kodlama işlemine geçilmiştir. Bu kodlama süreci

araştırmacı ve önceden nitel araştırma yöntemlerine aşina olan bir eğitmen tarafından gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, bu eğitmen spor bilimleri alanında deneyimli bir akademisyen tarafından desteklenmiştir. Böylelikle, araştırmanın kalitesi ve doğruluğu daha da sağlamlaştırılmıştır. Yapılan çalışmada ilk olarak oluşturulan temalar birbirinden bağımsız olarak değerlendirilmiş ve daha sonra yapılan çalışma sonucunda ortak bir kodlama oluşturulmuştur. Bu da araştırmanın sonuçlarına daha fazla güvenilirlik ve tutarlılık katmıştır. Tüm bu süreçlerin başarılı bir şekilde tamamlanmasıyla araştırmanın hedefleri gerçekleştirilerek sonuçlara ulaşılmıştır.

2.6. Geçerlilik ve Güvenirlilik

Özkaynaklı bir ögeyle birlikte bağımsız olarak ölçebilen ve sonuçların tekrarlanabilirliğini sağlayan uygun bir araştırma tasarımı kullanmaları, nitel araştırmacılar için son derece önemlidir. Bu önemli aşama, nitel araştırmaların geçerlik ve güvenirlilik düzeyini artırarak daha sağlam sonuçlara ulaşılmasını sağlar. Araştırmacılar, veri toplama araçlarının geçerlik ve güvenirlilik testlerini düzenli olarak yapmalı ve gerekirse iyileştirmeler yapmalıdır. Bu, nitel araştırmaların bilimsel değerini ve güvenirliliğini artırırken, araştırmacıların daha güçlü sonuçlara ulaşabilmesine yardımcı olur. Ayrıca, ölçüm aracının güvenirliliğini ve doğruluğunu değerlendirmek için istatistiksel yöntemler kullanılabilir. Bu yöntemler, nitel araştırmacıların elde ettikleri verilerin doğruluğunu gözlemleyerek daha güvenilir sonuçlara varmalarına yardımcı olur. Tüm bu önlemler, nitel araştırmaların bilimsel geçerliliğini artırarak, araştırmacıların daha sağlam sonuçlara ulaşmalarını sağlar. Nitel araştırmaların bilimsel değeri ve güvenirliliği, araştırmacıların veri toplama araçlarının geçerlik ve güvenirlilik testlerini düzenli olarak yapmaları ve gerekirse iyileştirmeler yapmalarıyla artırılabilir. Bu sayede araştırmacılar, nitel araştırmalarında güvenilir ve geçerli sonuçlara ulaşabilirler (Newman vd., 2021; Rose & Johnson, 2020).

Fenomenolojik araştırmalarda geçerlik ve güvenirlilik sağlanması için özel olarak dikkat edilmesi gereken hususlar bulunmaktadır. Araştırmacılar, katılımcıların deneyimlerini anlamak için gerçekçi ve anlamlı verilere ulaşmak adına katılımcı seçimine özen göstermelidir. (Rose ve Johnson, 2020). Ayrıca, katılımcıların deneyimlerini daha iyi anlayabilmek için araştırma süreci boyunca yeterli süre ve derinlikte veri toplamak önemlidir. Araştırmacıların önyargılarından kaçınmak ve katılımcıların deneyimleri üzerindeki etkilerini minimize etmek için duyarlı bir tutum sergilemeleri de gerekmektedir. (Ruslin vd., 2022). olarak, elde edilen verilerin analizi ve yorumlanması sürecinde kapsamlı bir şekilde geçerlik ve güvenirlilik kontrolü yapılmalıdır. (Pandey ve Pandey, 2021)

Araştırma sürecinin içerisinde, iç geçerlik unsuru dikkate alınmış ve bu doğrultuda araştırmacı, literatür incelemesini daha ayrıntılı bir şekilde raporlamıştır. Ayrıca, araştırmacının katılımcılara yönelik iletişim kabiliyetinin yüksek olması sağlanmış ve bu da araştırmanın geçerliliğini artırmıştır. Aynı zamanda araştırmacının mesleki olarak benzer problemlerin farkındalığına sahip olması, önyargılı bir şekilde davranmasının önüne geçmiştir. Görüşme sırasında, sorulara verilen cevaplar farklı soru tarzlarıyla tekrar teyit edilerek araştırmanın güvenilirliği sağlanmıştır. Dış geçerlik unsurları da göz önünde bulundurularak, örneklem grubu amaçlı örneklem yöntemiyle belirlenmiştir ve araştırma problemleri katılımcıların yaşamışlıklarına göre belirlenmiştir. Bu sayede, araştırma sorularına nitelikli cevaplar alınması sağlanmıştır. Araştırma sürecinde objektiflik ve güvenilirlik unsurları için üçgenleme tekniği kullanılmıştır. Bu teknik, birden fazla araştırmacının verilerin analizi ve yorumlanmasında yer almasıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın analizi sonrasında ise farklı bir uzman tarafından kodlanmamış metinlerin gözden geçirilmesiyle, araştırmanın belirlenen temaları ve alt kodlarına benzer tema ve kodların önerildiği tespit edilmiştir. Böylece aynı verileri farklı araştırmacıların inceleyip benzer yorumlarda bulunması, araştırmanın güvenilirliğini artırmaktadır. Miles ve Huberman'ın nitel araştırmalar için önerdiği güvenilirlik formülü de araştırmada kullanılan verilerin ve yapılan yorumların tutarlılığını ve güvenilirliğini kontrol etmek için önemli bir araçtır. Bu formül, araştırmada elde edilen sonuçlarla ilgili güveni artırarak, araştırmacıların bu sonuçlara olan güvenini sağlamlaştırmaktadır. Bu nedenle, nitel araştırmaların güvenilirliğini değerlendirmek ve güvence altına almak amacıyla bu formülün kullanılması önerilmektedir. Huberman ve Miles (1994) nitel araştırmalar için söz konusu güvenilirlik değerini aşağıda belirtilen şekilde formülize etmiştir (Güvenirlik=Görüşlerin Örtüşme Sayısı/Toplam Görüşlerin Örtüşme sayısı+Görüş farklılığı sayısı).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

Bulgular, katılımcıların “E-spor aktivitelerine yönelik yönelim nedenleri, mevcut durum, politikalar ve önerileri” ile ilgili görüşleri alt problemler altında sunulacak ve tartışılacaktır. Bu problemler;

- Katılımcıların, e-sporu farketme ve alana yönelme süreçleri,
- Türkiye’deki espor aktörlerinin gözünden mevcut duruma yönelik görüşler,
- Katılımcıların, esporun gelişim nedenlerine ilişkin görüşleri,
- Katılımcıların, esporun gelişimi ve yaygınlaştırılmasına dair görüş ve önerileri,
- Katılımcıların esporun gelişiminde kurumlardan beklentileri,

Şeklinde başlıklar altında verilecektir.



Şekil 3.1 Çalışma Sürecinde Elde Edilen Kelime Bulutu

Tablo 3.1 Katılımcıların E-spor Alanına yönelme Temasına Verdikleri Cevapların Kod Dağılımları

Kod Sistemi	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	A1	A2	Y1	Y2	Y3	TOPLA...
▼ E-spor Alanına Yönelme															0
↳ İmkanlar	■		■	■											4
↳ Gelişmekte olan alan			■		■			■	■	■	■	■		■	9
↳ Yoğun ilgi			■	■			■	■		■					5
Σ TOPLAM	2	0	3	2	1	0	1	2	1	2	2	1	0	1	18

Analiz sonuçları, espor alanının dinamiklerini ve gelişmekte olan yönlerini detaylı bir şekilde ortaya koymaktadır. Öncelikle, genç bireylerin ve oyuncuların espora yönelik ciddi bir ilgi ve profesyonelleşme eğiliminde oldukları belirlenmiştir. Espor burslarının, gençlerin eğitimlerini destekleme ve uluslararası deneyimler kazanma gibi imkanlar sağlaması, sektördeki büyümeyi tetikleyen etmenler arasında yer almaktadır. Bununla birlikte, gelişmekte olan alanın genişlemesinde, esporun medya ve pazarlama alanlarındaki artan varlığı ve etkisi dikkat çekmektedir. Artan televizyon reklamları, büyük markaların sektöre yatırım yapması ve artan izleyici kitlesi, esporun giderek geleneksel spor dallarıyla benzerlik gösterdiğini göstermektedir. Ancak, ekonomik kriz gibi faktörler bazı yavaşlamalara neden olabilir, ancak genel trend hala pozitif bir ivme sergilemektedir.

Esporun toplumsal etkisinin artması da önemli bir bulgu olarak öne çıkmaktadır. Özellikle pandemi döneminde, insanların evde daha fazla zaman geçirmesi ve elektronik sporlara olan ilginin artması, sektörün büyüme hızını artırmıştır. Türkiye'de esporun giderek daha fazla kişi tarafından takip edilmesi ve oynanması, sektörün geleceği için umut verici bir işaret olarak görülmektedir.

Sonuç olarak, bu analiz sonuçları esporun artan popülerliğini ve önemini vurgulamaktadır. Gençlerin ve oyuncuların profesyonel seviyede rekabet etme arzusu, medya ve pazarlama desteği ve toplumsal kabulün artması, esporun geleceği için olumlu bir tablo çizmektedir.

Bulgular, esporun gençler arasında popülerliğinin yanı sıra eğitim ve kültürel deneyimlerine katkı sağlaması, geniş kitlelere ulaşması ve pandemi gibi dönemsel faktörlerin sektör üzerindeki etkilerini göstermektedir. Sonuçlar, esporun sadece bir rekabet alanı olarak değil, gençlerin kişisel ve kültürel gelişimlerine de katkı sağlayan bir alan olarak algılandığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, pandemi sürecinin elektronik sporlara olan ilgiyi artırdığı ve yaş aralığının genişlemesine yol açtığı belirlenmiştir. Bu bulgular, esporun gençler arasında yaygınlaşması ve toplumun farklı kesimlerinden insanların ilgisini çekmesiyle ilgili önemli bir anlayış sağlamaktadır.

3.1. Esport Alanına Yönelme Temasına Ve Kodlara Verilen Cevaplar

3.1.1. İmkanlar

"LOL oynuyordum. Esportun farkına vardım. Esport bursu aldım ve profesyonelleştim. Esport bursu ile okumamı sağlıyor. Ülkeleri geziyorum, hiç göremeyeceğim kültürleri gördüm." (G1)

"Ufaklığımdan beri oyunlara meraklıyım. Daha ilkokuldan beri hep moba tarzı oyun değil bütün oyunları oynuyordum. Sonra league of legends oyunu duydum arkadaşlarımdan. Çok hoşuma gitti böyle yavaş yavaş geliştirdim oyunda. Sonra baktım sektör de büyüyor takımlar kuruluyor falan ilk zamanlardan böyle takım belli takımlara gire gire esport bursunu gördüm o bana çok cazip geldi" (G3)

"Ben sadece eğlenmek için oynuyordum yaklaşık 7 yıl önce. 16-17 yaşlarındayken takımlar beni fark etti işte turnuvada çağırmaya başladılar. Daha esport diye bir şeyin olduğunu bile bilmiyorken turnuvalarda oynamaya işte ödüller kazanmaya başladım. Sonra sonra sektör oluşukça kendimi içinde buldum" (G4)

3.1.2. Gelişmekte Olan Alan

"Biz ilk geldiğimiz zamanlarda 1000 insan bile yoktu belki sektörde. Ama esport kulüplerinin girmesiyle birlikte genişledi kitle. Ayriyeten televizyonlardaki mcdonalds gibi markaların da reklam vermesiyle sektör büyüdü " (G5)

"Şu an ekonomik kriz bu kadar fazla olmasaydı aslında gayet iyi gidiyordu. Fakat bu ekonomik krizi yüzünden bence biraz yavaşladı." (G8)

"İlk başlarda kimsenin böyle bir beklentisi yoktu. Yani herkes oyun falan diye bakıyordu. Herkes bir şeyler yapmaya çalışıyordu falan böyle turnuvalar bile internet kafelerde küçük yerlerde oluyordu. Ama herkes olayın ciddiyetini böyle diğer ülkelerin bu işi yaptığı yatırımları falan görünce bizim ülkemizde de bayağı bir yatırım yapıldı. Mesela Watergarden İstanbul'da e sport sahnesi açıldı maçlar oradan gidilip oynanıyor" (G9)

"Esport dünyada hızlı gelişen bir alan. Özellikle 12 yaş üzeri hemen her kesimin ilgisini çekiyor. Genç kesimin ilgisinin yoğun olması ileride de Esportun geleceğini garanti altına alıyor." (A1)

"Esport diğer modern esport dallarına göre çok daha hızlı gelişen bir alan. Günlük yaşamda da ciddi bir dijitalleşme var ve toplumsal yaşamda da etkilerini görebiliyoruz. Dijitalleşmenin spora yansması mutlaka ki olacaktı bu da esport kavramı ile oldu. Tabii burada dijital oyun ve esport arasındaki farkları görmemiz gerekiyor. Bu ayrışma zamanla oturacaktır. Bu alanine bu

kadar hızlı büyümesi ve çok ciddi ekonomi oluşturmaya bir akademisyen olarak dikkatimizi çekti ve genel itibari ile tüketici konumunda kalmamız bizi bu alanda üretmeye ve çalışma yapmaya yöneltti." (A2)

"Bakanlığımız nezdinde bu tür girişimler değerlendirilmeye devam ediyor. Bunun öncesinde gelişmekte olan spor branşlarının altında dijital oyunlar as başkanlığı adında bir yapı oluşturulmuştu. Zamanında maalesef bir talihsizlik sonucu espor ismi orada dijital oyun olarak kullanıldı ve hemde gelişmekte olan spor dallarının içerisinde yer buldu. Ancak espor kitlesine, ekonomisine ve ekosistemine bakıldığında birçok spor branşının önünde olduğunu görüyoruz. Biz bu yanlış düzeltmek ve profesyonel yaklaşım adına TESFED'in kurulması yönünde girişimlerde bulunduk. Ve nihayetinde de kuruldu. Bir spor federasyonunun kurulabilmesi için bir spor dalının varlığı yeterli değildir. O spor dalı ile toplumun bir ilişkisinin olması da lazım. Bir internet kafe fryasının içerisinde gelen yapıların şuan espor merkezi veya oyun salonu konseptine döndüğünü görüyoruz. Ve burada oynanan oyunlar espor başlığı altındaki oyunlar olduğunu görmekteyiz. Bu konseptlerin bölgesel turnuvalar ile desteklendiğini, federasyon öncesi dönemde ulusal ve uluslararası müsabakalar yapıldığını görüyorsunuz. Devletin federasyonu olmadığından devlet denetiminden veya bakanlık iç mekanizmalarımızdan bağımsız küresel firmalarca bu organizasyonlar düzenlendi. Hatta Türkiye özelinde espor konseptine uygun oyunlar üretildi. Zula gibi mount-blade gibi. Zula henüz ulusal ama mount and blade'in yurt dışı bilinirliği oldukça fazla. Oyun geliştiricileri derneğimiz var ve Türkiye'nin ciddi ihracat kalemlerinden biri haline gelmiş durumda. Baktığımızda espor zaten Türkiye'de vardı ve toplum ile özellikle de genç nesil ile bir bağ oluşmuştu. Devletin regüle etmesi gereken bir alan haline gelmesi gelişimin en büyük göstergesi." (A2)

"Espor diğer modern spor dallarına göre çok daha hızlı gelişen bir alan. Günlük yaşamda da ciddi bir dijitalleşme var ve toplumsal yaşamda da etkilerini görebiliyoruz. Dijitalleşmenin spora yansması mutlaka ki olacaktı bu da espor kavramı ile oldu." (Y1)

"Espor alanı, artık kabul gören üzerine araştırmalar yapılan ülkemizde yeni olsa da 1970'li yıllardan beri çeşitli formlarda karşımıza çıkmış bir sektör aslında. Doğrusu iştah kabartan da bir alan. Ülkemizde de bir takım çalışmaların yapıldığını görüyoruz. Hatta 2004-2005 yıllarında ilk lisansüstü tezin yazıldığını, sektörel gelişimine değinildiğini ve federatif yapıya olan ihtiyaç tanımlanmış. Geldiğimiz noktada espor federasyonu kuruldu, bu olmayabilirdi. Daha geç aksiyon alınabilirdi. Ama vizyoner bir irade söz konusu. Dijital bağımlılıkla alakalı gündemin yoğun olduğu bir dönemde espor federasyonunu kurmak cesaret isteyen bir iş.

En önemli sebep tabii ki gelişmeye açık bir alan. Gelişmeye açık alanlar nelerdir dersiniz; yapay zeka teknolojileri, robotik, elektrikli arabalar, sportif tarafında da esporu tanımıyoruz. İvme kazanmış bir alan." (Y3)

3.1.3. Yoğun İlgi

"Benim çevremde gördüğüm hani insanlarla konuştuğum şeyde herkes destekliyor bunu ve hatta imrenerek bakıyorlar bu olaylara. Hani çünkü yeni bir sektör bunun için de profesyonelim ben yeni bir sektöre ilk kurulan bir sektörde biz varız şu an." (G3)

"Çok fazla oyuncu var. Çok fazla yani genç nüfus çocuk çok fazla olduğu için ülkemizde ister istemez internette oyunlarda bir araya geldiler. Bu kadar fazla kişinin ilgi duyduğu bir şeyde elbet geliştirdi" (G4)

"Pandemi elektronik spora yönelik farkındalığı arttırdı. Çünkü bence bir sürü insan bu oyunların farkına pandemide vardı. Ben 40 yaşında adam bile gördüm oynamaya başlayan" (G7)

"Türkiye’de aslında insanlar zaten bu oyunu oynamak konusunda, espor konusunda biraz meraklı bu yüzden insanların merak ettiği tetikledi" (G8)

"Spor pazarlamasında bir çok alanı geride bırakacağı şüphe götürmez. Binlerce insanı turnuvaların yapıldığı kapalı alanlara çekiyor. Evinizden online olarak izlemek için para veriyorsunuz." (A1)

Tablo 3.2 Katılımcıların E-sporun gelişim sebepleri Temasına Verdikleri Cevapların Kod Dağılımları

Kod Sistemi	Y3	Y2	Y1	A2	A1	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	TOPLA...
▼ Esporun gelişim sebepleri															0
↳ İnsan ve fiziki çevre															2
↳ Kuşak farkı															6
↳ Önyargıların olumlu etkisi															9
Σ TOPLAM	0	1	2	1	4	4	1	0	0	1	1	0	2	0	17

Takip eden sayısının artması, bireylerin bağlılık duyguları ve çevresel etkenlerle ilişkili görünmektedir. Özellikle bireylerin bağlı oldukları kulüpler veya yayıncılar aracılığıyla e-spor etkinliklerini takip etmeye başlamaları, e-sporun popülerliğinde artışa neden olabilir. Ayrıca, ailelerdeki çocuk sayısının azalması, yeşil alanların azlığı gibi çevresel faktörlerin e-spora olan ilgiyi artırabileceği düşünülmektedir.

E-sporun evriminde kuşak farklarının önemli bir rol oynadığı gözlemlenmektedir. Geleneksel sporlara göre daha genç bir kitleye hitap ettiği ve yayıncıların, takım sahiplerinin ve oyuncuların farklı yaş gruplarına dağıldığı belirtilmektedir. Özellikle Y kuşağının teknolojiye

adaptasyonu ve e-sporun içine doğması, bu kuşağın e-spora olan ilgisini artırmış gibi görünmektedir.

E-sporun sosyalleştirici etkisi ve ön yargıları kırma potansiyeli vurgulanmaktadır. Özellikle e-sporun bireyler arasında yeni ilişkiler kurma ve özgüveni geliştirme konusunda olumlu etkilerinin olduğu belirtilmektedir. Ancak, eski nesil ve genel toplumda hala var olan ön yargıların, e-sporun kabulünü ve gelişimini engelleyebileceği ifade edilmektedir.

3.2. Esporun Gelişim Sebepleri Temasına Ve Kodlara Verilen Cevaplar

3.2.1. İnsan Ve Fiziki Çevre

"Takip eden sayısı arttı. Benim çevrem tuttuğu kulübe bağlılığı sayesinde takip etmeye başladı." (G1)

"Ailelerdeki çocuk sayısının azalması, yeşil alanların azlığı, güvenlik...vs. nedenlerden dolayı ilginin giderek daha da artacağını gösteriyor." (A1)

3.2.2. Kuşak Farkı

"Oyuncu kitlesi geliştirdi. Esporcu değil boş zaman değerlendirme için oynayanlar. Yavaş yavaş yayıncıları takip edenlerde arttı ve doğal gelişim yaşandı." (G2)

"Ekosistem bence çok geniş bir kitleye sahip. Ama her kitlede farklı farklı. Yani o taraftar grubu genelde belli bir yaş iken oyuncu grubu belli bir yaşken takım sahipleri belli bir yaş aralığında oluyor. Örnek olarak vermek gerekir. Takım sahibi 30-50 yaş arası iken oyuncu 18 hatta 16-25 yaş arası oluyor bu yüzden de kuşak çatışması ve seven takım sahipleri veya oyuncular arasında çok görüyorum. Aynı şey koçlar içinde genelde koçlar genelde 25-26 yaşın üzerinde oluyor" (G5)

"Y kuşağı teknolojiye göçmen olarak adapte oldu, Z kuşağı teknoloji çağının içine doğdu." (A1)

"Espor'un pazarı değerlendirmesi spor ekonomisinin pasta payında bir tehdit oluşturabilir. Özellikle Z kuşağı ve sonrası geleneksel spordan uzaklaşırsa, gerek katılımcı gerek izleyici olarak geleneksel spora ilgi duymamaları belirli spor branşlarının gelir elde edememesine neden olabilir." (A1)

[A1; Pozisyon: 27 - 27; Oluşturan: Acer; 23.12.2019 13:37; Ağırlık değeri: 0]

"Sosyal mecralara ve paylaşımlara baktığımızda takipçi sayılarının her geçen gün arttığını görmekteyiz. Tanınmış kişilerin, toplumca benimsenmiş isimlerin bu Alana adım atması

farkındalığın arttırılmasını sağlayacağından oldukça önemli. Amaç ailelerin ön yargılarını kırmak. Ailenin “çocuk bilgisayarın başından kalkmıyor” algısının en önemli sebebi dijital oyun ile espor kavramlarının karıştırılıyor olması. Bu çalışmalar ile ön yargıların kırılacağını düşünüyorum." (A2)

"Kim iyi oynarsa kim iyi sonuçlar elde ederse destelendiği bir sistem. Turnuvaları izlerseniz hangi takım sayı kazanırsa kazansın tüm taraftarlarca takdir ediliyor. İyi bir esporcunun veya takımın göstereceği başarılı refleksleri seyirci, taraftarlıktan öte bir coşku ile karşılıyor. Örneğin bir müsabaka hacklendi ve dört saatlik gecikmeye sebep oldu. Bu geleneksel sporlarda tahammül sınırlarmızı zorlayacak bir durumken, espor seyircisi için güvenlik duvarını aşan kişiye saygı duyulması ile karşılandı ve yine bir coşkuya sebep oldu. Çok farklı bir kitleye hitap ettiğini söyleyebiliriz. Sosyolojik açıdan incelenmesi gereken bir hadise." (Y1)

3.2.3. Önyargıların Olumlu Etkisi

"Bilinenin aksine sosyalleştiriyor. Buradan tanıştığım Türkiyede ve uluslararası birçok arkadaşım oldu. Sosyal ortamlarda kendimi çok ifade edemezdim ama burası özgüvenimi çok geliştirdi." (G1)

"Kötü bir bakış açısı var eski nesil bunu sağlıyor. Fazlaca ön yargı var. Annem bile elle tutulan bişey olana kadar desteklemiyordu. Sebebi de bilmemeleri veya anlamamaları." (G1)

"bence tanıtım düzgün yapılıyor yani bayağı arttı bunun izleyicisi ve kitlesi çok arttı. O yüzden düzgün ilerlediğini düşünüyorum. Bireysel olarak bakacak olursak yani bilinçli yapıldığında gayet iyi bir spor bence. İnsanı geliştiren bir spor fiziksel olarak şöyle bir ön yargı var yani sporcular fiziksel olarak böyle deformasyona uğramıştır diye bir yargı var. Bence o tamamen yanlış ve o insanın beslenmesiyle ve spora olan yakınlığıyla ilgilidir ve o yüzden o konuda bir ön yargı var toplumsal olarak" (G2)

"yeşilay'ın attığı tweeti görmüşsünüzdür belki. Bence çok yanlış bir şey. İnsanları anlamadım böyle direkt gençlerin üstüne araba sürmek gibi bir şey..." (G6)

"Şimdi aslında bu sporun içindeki insanlar genellikle böyle asosyal tipler olarak görülüyor dışarıdan. Hani sürekli bilgisayar oynuyor sürekli işte hep böyle kimseyle konuşmuyor dışarı çıkmıyor sosyal aktivitesi yok gibi görüyor. Ama aslında e sporcular gibi bir sürü aslında bilgisayar oynayan arkadaşları var. İşte ne bileyim dışarıdan sosyal aktivitesi de var ki gördüğümüz iyi sporcuların çoğu sporuna giden sosyal aktivitesi olan hani arkadaşlarıyla zaman geçirebildiği nasıl desem aslında bir sürü aktivitenin içinde var bu sporcular. Fakat

insanların hani bu oyun oynayan algısı değiştirmediklerimiz için insanlar dışarıdan böyle yok sosyal olarak görüyor" (G8)

"40 yaş grubu ve üstü sanırım böyle sırf oyun olarak bakıyor ama aslında öyle bir şey değil bildikleri gibi değil" (G8)

"Bu işin olumsuz yanları da var. Espor un mevcut sahipleri Z kuşağı. Bu kuşak Y kuşağı gibi dışarıda oyun oynayarak büyüyen bir kuşak değil. Bilgisayar başında harcadıkları zaman çok fazla." (A1)

"Sosyal mecralara ve paylaşımlara baktığımızda takipçi sayılarının her geçen gün arttığını görmekteyiz. Tanınmış kişilerin, toplumca benimsenmiş isimlerin bu Alana adım atması farkındalığın artırılmasını sağlayacağından oldukça önemli. Amaç ailelerin ön yargılarını kırmak. Ailenin “çocuk bilgisayarın başından kalkmıyor” algısının en önemli sebebi dijital oyun ile espor kavramlarının karıştırılıyor olması. Bu çalışmalar ile ön yargıların kırılacağını düşünüyorum." (Y1)

"Espor baktığımızda evden canlı olarak her türlü bilgiye, müsabakaya ulaşabildiğiniz bir sektör. Eğlenceli bir sektör. Yeni alanlar, espor merkezleri çok cazibeli. İnsanların geleneksel sporları takipten sıkıldığını düşünüyorum. Yeni her zaman çekicidir. Covid-19 döneminde farkındalık oldukça arttı. Önceden oyun oynamaya olumsuz yaklaşanlar bu dönemde kurtarıcı olarak sarıldılar espor oyunlarına. Sosaylleşme aracı oldu resmen." (Y2)

Tablo 3.3 Katılımcıların E-sporun gelişim sebepleri Temasına Verdikleri Cevapların Kod Dağılımları

Kod Sistemi	Y3	Y2	Y1	A2	A1	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	TOPLA...
Ekosistemin Değerlendirilmesi															0
Federasyon															12
Yatırımcı açısından															12
Pazarlama Açısından															10
İzleyici/Taraftar açısından															5
Sporcu açısından															11
Pazar fırsatları															14
TOPLAM	3	3	8	6	14	2	2	6	6	4	2	2	4	2	64

Bu temadaki yorumlar, elektronik spor endüstrisinin çeşitli açılardan değerlendirilmesine odaklanmıştır. Özellikle federasyonun kuruluşu, yatırımcı ve pazarlama açısından sektöre etkileri ile izleyici/taraftar perspektifinden ele alınmıştır.

Federasyonun kuruluşu, sektördeki kurumsallaşma ve organizasyon kabiliyetlerinin artmasını sağladığı vurgulanmıştır. Bu, sektörün daha resmi ve güvenilir bir yapıya kavuşması anlamına gelirken, yatırımcıların ve büyük markaların sektöre olan ilgisini artırmıştır. Bu da sektörün büyümesine ve ekonomik potansiyelinin artmasına katkı sağlamaktadır.

Yatırımcı açısından bakıldığında, elektronik sporun yaygınlaşması için daha fazla yatırım yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Markaların ve yatırımcıların sektöre olan ilgisi arttıkça, sektörün büyümesi ve daha fazla oyuncu/takımın desteklenmesi beklenmektedir. Ayrıca, sektördeki rekabetin artmasıyla birlikte sponsorluk olanaklarının genişlediği ve büyük şirketlerin sponsorluk yapmaya başladığı belirtilmiştir.

Pazarlama açısından, elektronik sporun pazarının büyüdüğü ve geliştiği vurgulanmıştır. Ancak, küçük yatırımcıların sponsorluk anlaşmaları gibi alanlarda bazen yanlış yatırımlar yapabileceği ve bu durumun sektörü olumsuz etkileyebileceği üzerine yorum dikkat çekmektedir.

İzleyici/ taraftar açısından, elektronik sporun geleneksel sporlardan farklı bir taraftar profiline sahip olduğu ifade edilmiştir. Taraftarların genellikle başarılı oyuncuları ve takımları takdir ettiği, takım isimlerine bağlılık göstermek yerine oyunun kalitesine odaklandığı belirtilmiştir. Bu durum, sektördeki rekabetin ve başarılı performansın daha fazla değer görmesine yol açtığı vurgulanmıştır.

Bu yorumlar, elektronik spor endüstrisinin genel gelişimine ve farklı paydaşlar üzerindeki etkilerine odaklanarak, sektörün geleceği hakkında önemli ipuçları sunmaktadır.

3.3. Ekosistemin Değerlendirilmesi Temasına Ve Kodlara Verilen Cevaplar

3.3.1. Federasyon

"Federasyon aktif hale gelmesi sektöre ve oyuncuya daha çok güven kazandırdı, hani arkasında sağlam bir şeyler olduğunu hissettirdi oyunculara. Federasyon falan kuruluyorsa bu boş bir şey değildir gibi his verdi. Çünkü insanlar öyle yorumluyor dışarıdan. Spor bu bilgisayar oyunu ne kadar gelişmiş olabilir ki yani sonuçta, oyun oynuyorsunuz diye ama öyle bir şey değil bu aslında. Bunu insanlara anlatırken zorlanıyorsunuz böyle federasyon falan daha çok destekliyor" (G3)

"Profesyonelleşme çabası var. Ama henüz herkes nasıl denir alaylı mı denir hani eğitimi olmadan e sporda yeni oluşan sektör olduğu için bilmeden oluştuğu için daha yapılar pek bir değişim yok açıkçası. Hala çok amatör bir ilerleme var hukuku vesaire de. Daha yeni yeni federasyonla beraber oluşturulmaya çalışılıyor. O yüzden ben pek bir değişim göremiyorum hani kimse açısından oyuncular için de izleyiciler için de pek de bir değişim yaşandığını düşünmüyorum" (G4)

"Federasyonun varlığı bile işin resmiyeti değiştiriyor. Şu an faal olarak bir işe yaradığını söylemek zor yani dürüst olmak gerekirse. O yüzden gerçekten faydalanabildiği veya

gerçekten bizim mesela bir Çin'e gitmemiz gerekmişti orada yardımcı olamadılar yani bürokratik sıkıntılar engel oldu vesaire. Hani onun dışında çok arkadaşlarımdan duyduğum kadarıyla yani sorun yaşayanların işleri hal olmuyor açıkçası. Birazcık göstermelik ama kurulmuş olması bile güzel" (G4)

"Bakanlığının altında bir şey bile değildi başlık bile değilken bir anda federasyon ulaşması gibi oldu. Federasyondaki insanlar da sektörü bildikleri için ve ya şirket sahibi gibi sponsorluk getirebilecek insanlarla tanıştıkları için sektörün tanınmasını da şey yapıyorlar. Yeşilay'ın mesela yazdığına A,B takımı cevap verdiğinde çok önemsenmez iken Türkiye'de spor federasyonu cevap verdiğinde e sporcu, e spor sektörünün içindeki insanı korumuş oluyor. Ama A,B takımına cevap vermesine büyük ihtimal Yeşilay gibi büyük bir kurumsal önemsemez" (G5)

"Federasyon geldiği zaman sürekli turnuva yapmaya ve lisans çıkartmaya başladı. Böyle oyuncular desteklediği için aslında çok e sporcu olmak isteyenleri desteklemiş oldu. Böylece ve sektöre bence bir sürü oyuncu kazandırdı" (G8)

"Federasyonun kurulması ile sektörün organizasyon kabiliyetlerini artırdı, kurumsallaşmayı beraberinde getirdi." (A1)

"Spor yönetimi noktasında pazarlama iletişimciler federatif yapı içerisinde daha fazla yer almaktalar. Yönetim organizasyon faaliyetlerini pazarlama faaliyetlerini odak noktasına alarak yapmaktalar." (A1)

"Bir spor federasyonunun kurulabilmesi için bir spor dalının varlığı yeterli değildir. O spor dalı ile toplumun bir ilişkisinin olması da lazım. Bir internet kafe furyasının içerisinde gelen yapıların şu an espor merkezi veya oyun salonu konseptine döndüğünü görüyoruz. Ve burada oynanan oyunlar espor başlığı altındaki oyunlar olduğunu görmekteyiz. Bu konseptlerin bölgesel turnuvalar ile desteklendiğini, federasyon öncesi dönemde ulusal ve uluslararası müsabakalar yapıldığını görüyorsunuz. Devletin federasyonu olmadığından devlet denetiminden veya bakanlık iç mekanizmalarımızdan bağımsız küresel firmalarca bu organizasyonlar düzenlendi. Hatta Türkiye özelinde espor konseptine uygun oyunlar üretildi. Zula gibi mount-blade gibi. Zula henüz ulusal ama mount and blade'in yurt dışı bilinirliği oldukça fazla. Oyun geliştiricileri derneğimiz var ve Türkiye'nin ciddi ihracat kalemlerinden biri haline gelmiş durumda. Baktığımızda espor zaten Türkiye'de vardı ve toplum ile özellikle de genç nesil ile bir bağ oluşmuştu. Devletin regüle etmesi gereken bir alan haline gelmesi gelişimin en büyük göstergesi." (Y1)

"TESFED kuruldu ve öncülerden biri oldu. Türkiye bu alanda bağımsız federasyon kuran ilk 50 ülke arasında. Diğer spor dallarına baktığımızda takipçi konumunda olduğumuzu görürüz ama espor alanında en hızlı aksiyon alan ülkelerden öncülerden birisiyiz. Bunun nedenini türkiyenin esporda hem üretici hemde tüketici fonksiyonlar ile ciddi ilişki kurması kaynaklı olduğunu görüyoruz. Doğal olarak sağlıklı ve emin adımlarla gelişen bir dal olduğu söylenebilir. Elbetteki bunun sürdürülebilir, toplum ve devlet açısından daha verimli bir hale gelmesi için ihtiyaç ve eksiklikler var. Bunlarda zamanla girilecektir." (Y1)

"Federasyonun olması devletin bu işe el attığını gösterir. İnsanların başıboş bir sektör algısını kazanmasına engel olur. Bu yolla toplumda kabul görme olasılığı artar. Biliyorsunuz toplumda teknoloji bağımlılığı ile alakalı çekinceler var. Aslında esporun devlet tarafından örgütlenmesi ile teknoloji bağımlılığıyla mücadelede önemli bir adım olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin spor toto teşkilatı. Müşterek bahis organizasyonu varsa ve talep görüyorsa bunun kontrollü ve sağlıklı bir şekilde devlet tarafından regüle edilmesini sağlar. Espora bu bakımdan etkisi olacaktır." (Y1)

"Ben Türkiye'deki gelişimini hızlı buluyorum. 1970'lerden beri bahsedilen bu yapı teknolojinin gelişimi ile hızlı bir devinim geliştirmiştir. Türkiye'de buna hızlı bir adaptasyon sağlamıştır. En basitinden federasyonun kurulması ve girişimleri hızlı olmuştur. Ve yönetsel anlamda güçlü bir altyapı oluşturulmuştur. Bugün Uzakdoğu ülkelerindeki gibi bu oyunda daha fazla zaman geçiren oyuncular tabii ki şu anda bizim oyuncularımıza göre daha iyi. Ancak zamanla bu da gelişecektir. Çok yeni start-up projelerin olduğunu biliyorum. Bunlar başarıya gebedir." (Y3)

"Genç ve dinamik bir gruptan bahsediyoruz. Federasyon kurulduğunda herkesin heyecanına ve umuduna şahit oldum. Bürokrasi tabii ki bazı şeyleri tökezletecektir. Ancak federasyonun girişimleri gecikse de sonuçlanacaktır."

3.3.2. Yatırımcı Açısından

"Sponsorlar olmadan ilerlemez zaten sektör. Daha çok medya pr falan böyle şeylere bence ihtiyacı var. Çünkü insanlara duyurulması gerekiyor bunu hani oynamayan biri de izleyip oyunu anlayıp futbol gibi izlemesi gerekiyor. Bunun çünkü tanıtım üzerine dayalı yani izlenince sektör gelişiyor"(G3)

"Her genç lolü biliyor. Ben yani 20 yaşında olup da lolü bilmeyen çok insan olduğumu düşünmüyorum. O yüzden daha çok şey yapabilir ya yatırımcılar ve sponsorlar tarafından sektör daha çok desteklenir o zaman da gençlerin önünü daha çok açılır her alanda"(G3)

"Elektronik sporun yaygınlaşması için yatırımcıların ve markaların daha çok yatırım yapması lazım. Yoksa zaten potansiyel var sadece turnuvaların ve insanların daha çok bir şeyler kazanabileceklerini görmesi lazım"(G4)

"Sektörün büyümesiyle avantaj sponsorlar da büyüyor. Coca cola, eti vs sponsorların bile geldiğini gördük. Büyük şirketler sponsor oluyor artık iyi bir yatırım dönüyor" (G7)

"Sponsorlar genellikle takımınla ne kazanabileceğini ne yapabileceğini gördüğü için hani bir o kısmı var mesela başarılı takıma yatırım yaparsınız ve sponsorlar genellikle bunu seçer ama bir de hani önceden bir tanınma olmasını istediği için aynı mesela bizimki tam bizim ligimiz tam gelişmediği için takımlar hani sponsorlar daha önceden gelip de hani biz buradaydık zaten hep bizim reklamımız vardı gibi bir de algıya da yürütebilirler" (G8)

"Yatırımcılar açısından sektör geniş. Yazılım firmaları, Bilgisayar firmaları, Turnuvaların düzenlendiği fiziksel mekanların kiralanması açısından pazarlama stratejileri vs. Espor alanı oyun alanı gibi geniş bir alan. Yatırımcılarda pastadan pay kapıyorlar." (A1)

"Yatırımcılar köklü kulüpler sayesinde sektöre güvenip büyük yatırımlar yapmakta ve yeni fırsatları alana çekmektedir." (A1)

"Federasyonun kurulması da şüphesiz bu pazarın derli toplu hale gelmesinde önemli bir etkidir. Sıralamasına gelirsek, Türkiye’de önce yarışmaları internet üzerinden yayınlanan ciddi takipçiler kazanan sporcuların varlığını görüyoruz. Bu da çağımızın farklı bir gelişimi. Dijital ortamda aksiyon alan müsabakanın yine dijital ortamda yayınlanması, izlenmesi çok daha kolay ve ulaşılabilir. Dolayısıyla o alanda gelişim ve taraftar kitlesinin oluşması çok daha hızlı oldu. Dolayısıyla oyuncu, takım, taraftar oluştu ve kitle meydana geldi. Genç kitlenin olduğu yerde ciddi bir ekonomik değerin oluşması da kaçınılmazdı. Yatırımcı, sponsor, kulüpleşme ve örgütlenme her zaman bunun peşinden gelir" (A2)

"Sponsorluk veya tanıtım faaliyetleri açısından, spor temalı iletişim kaynakları açısından baktığımızda espor muhteşem bir kaynak. Çok ciddi bir kitleye ulaşıyor. Ve espor kitlesine ulaşım çok kolay. Dijital yayınların aktif takip eden bir kitle." (A2)

"Türkiye’de önce yarışmaları internet üzerinden yayınlanan ciddi takipçiler kazanan sporcuların varlığını görüyoruz. Bu da çağımızın farklı bir gelişimi. Dijital ortamda aksiyon alan müsabakanın yine dijital ortamda yayınlanması, izlenmesi çok daha kolay ve ulaşılabilir. Dolayısıyla o alanda gelişim ve taraftar kitlesinin oluşması çok daha hızlı oldu. Dolayısıyla oyuncu, takım, taraftar oluştu ve kitle meydana geldi. Genç kitlenin olduğu yerde ciddi bir

ekonomik değerin oluşması da kaçınılmazdı. Yatırımcı, sponsor, kulüpleşme ve örgütlenme her zaman bunun peşinden gelir." (Y1)

"Sponsorluk veya tanıtım faaliyetleri açısından, spor temalı iletişim kaynakları açısından baktığımızda espor muhteşem bir kaynak. Çok ciddi bir kitleye ulaşıyor. Ve espor kitlesine ulaşım çok kolay. Dijital yayınların aktif takip eden bir kitle." (Y1)

"Yatırımcı organikse hedef kitlesi direkt burası. Örneğin ASUS. Üst düzey bilgisayar elemanlarını tanıtmak için en uygun mecra burası. Bunu TV reklamları veya billboardlara reklam vererek hedef kitlesine ulaşamaz. Mekanik klavyeyi alacak insan oyun oynuyordur. Oyun oynayan kişi müsabakaları takip ediyordur. Turnuvalarda ekstra sponsorlar gelir. Turnuvaya değil takımlara sponsorlar gelir. Belirli kıstaslar var bu tür oyunları oynamak için, belirli bilgisayar, fare veya klavye edinmeniz lazım." (Y2)

3.3.3. Pazarlama Açısından

"Elektronik spor pazarı büyüdü hacim olarak da büyüdü maddi anlamda da" (G2)

"İstedikleri mesajı verdiklerini düşünmüyorum çünkü çok ailesinin parasıyla alışveriş yapan insanlara hitap ediyorlar ama onların fikirleri zaten sabit daha çok bilinen markalar vesaire üzerinden gidiyor ama küçük yatırımcılar çok fazla girmeye çalışıyor. Özellikle son dönemde çok fazla küçük yatırımcılar sponsorluk anlaşmaları vesaire yapmak istiyor. Ama birazcık çok boşa para harcıyorlar gibi geliyor yani iç yüzünü bilince de birazcık üzücü oluyor"(G4)

"Yavaş yavaş reklamlar, kayıyor sponsorluklar kayıyor" (G5)

"Bundan 2 sene önce örneğin çok ünlü bir e spor oyuncusu genelde mcdonalds gibi burger king gibi büyük şirketler futbolcu basketbolcuları reklamında oynarken ilk defa bir e sporcu reklamlarında oynattılar ve bunu da e spor için progamer deyip paket çıkardılar. Bu da tabii e sporcu insanları hem sevindiriyor hem de o tarafa çekiyor o firmaya çekiyor. Bunun da ben büyük bir reklam olduğunu düşünüyorum o yüzden pazarlama alanının kaydığını düşünüyorum"

"Spor yönetimi noktasında pazarlama iletişimciler federatif yapı içerisinde daha fazla yer almaktalar. Yönetim organizasyon faaliyetlerini pazarlama faaliyetlerini odak noktasına olarak yapmaktalar." (A1)

"Esporun ekran vasıtasıyla oynanması, teknolojik bir ürün sınıfına girmesi aynı zamanda endüstri, sektör ve ekonomi ile çok içiçe olması teknoloji dünyasındaki gelişmelerden doğrudan etkilenebilir olması esporun en ayırıcı özelliklerindendir." (A2)

"Diğer branşlardan farklı olarak, mesela bazı spor dallarını tanıtmak, sevdirmek esastır bunun için tepeden bir merkezden yönetim oluşur ve gelişir, esporda ise bir taban hareketi görüldü ve gelişti. Kendi eko sisteminin anlattığım gibi oyuncu-tarftar-kulüpleşme-örgütlenme olarak oluşturdu. Şuan baktığımızda uluslar arası en büyük oyunların yarışmalarında başat aktörler ile yarışan bir ekonomiyi adım attığımızı söyleyebilirim." (A2)

"Şu an baktığınızda istediği kadar popüler olsun, bir esporcu ile bir futbolcunun marka değeri aynı değil. Belirli sektörler, özellikle teknoloji, espor tarafına sponsorluklarını kaydirdi evet. Ama hala gelişmesi süren bi alan. Yapılan yatırımlarla pasta payı artacaktır. Bir çok geleneksel sporu izlenme, bilinirlik olarak geçti. Örneğin Amerikada daha çok takiplenen, bilinen veya para dönen bir sektör." (Y2)

3.3.4. İzleyici/Tarftar Açısından

"Taraftarlar açısından diğer spor dallarına kıyasla ılımlı ve barışçıl bir taraftarımız var." (G1)

"Beşiktaş Galatasaray ve Fenerbahçe gibi bence oyun daha çok izleyici taraftar çekti. Çünkü futbol izleyen insanlar bile dedi işte takımımız böyle bir yere şey yapmış onları izleyelim. Oyunu öğrenmeye çalışıyorlar. Onun dışında rekabet arttı çok güzel işin içine böyle büyük kulüpler gelince daha iyi rekabet oluyor. Hem taraftar kısmında hem oyuncu olarak bence iyi etkiyi etkiliyor yani iyi etkilenmiştir seyirciyi. Buna bağlı olarak bilgisi artmış olabilir mi evet kesin" (G9)

"Taraftarlar potansiyel profesyonel oyuncu adayı ya da profesyonel oyuncular. İlgisi olmayan kimse taraftar değil." (A1)

"Federasyonun kurulması ile sektörün organizasyon kabiliyetlerini artırdı, kurumsallaşmayı beraberinde getirdi. İzleyiciler ve sektöre katkı sağlayanlar açısından muhatap haline getirdi." (A1)

"Espor seyircisini izlediğinizde geleneksel spor seyircisinden çok daha farklı olduğunu görüyorsunuz. Bau suppermasive karşısında kazanılan şampiyonluğu hatırlıyorum. Şampiyonluk kazandı, Ali Koç sahneye çıktı, o zaman kulüp başkanı değiy ama espor takımının kurucularındandı. Orada hemen insanlar "sarı" tezahuratına karşı "lacivert" cevabının geleceğini düşündü ama cılız bir tepki alındı. Oradaki seyircinin fenerbahçenin veya herhangi bir takımın geleneksel futbol seyircisi gibi "yensede yenilse de" bir takım isminin peşinden koşmak hatta bazen öfkelenmek gibi bir motivasyonları yok. Kim iyi oynarsa kim iyi sonuçlar elde ederse destelendiği bir sistem. Turnuvaları izlerseniz hangi takım sayı kazanırsa kazansın tüm taraftarlarca takdir ediliyor. İyi bir esporcunun veya takımın

göstereceği başarılı refleksleri seyirci, taraftarlıktan öte bir coşku ile karşılıyor. Örneğin bir müsabaka hacklendi ve dört saatlik gecikmeye sebep oldu. Bu geleneksel sporlarda tahammül sınırlarmızı zorlayacak bir durumken, espor seyircisi için güvenlik duvarını aşan kişiye saygı duyulması ile karşılandı ve yine bir coşkuya sebep oldu. Çok farklı bir kitleye hitap ettiğini söyleyebiliriz. Sosyolojik açıdan incelenmesi gereken bir hadise."

3.3.5. Sporcu Açısından

"Takım-oyuncu açısından bazen olumsuzluklar yaşayabiliyoruz. Hala geliştiği için olduğunu düşünüyorum." (G1)

"Profesyonellik duyguları bir kenara bırakıp böyle takım halinde çalışmayı geliştirdi. Eskiden çok bireysel biriydim ben. Yani sadece oynanmamış demiyorum ya hayatımda da sonra böyle takım bir takıma girince orada anladım yani takım olarak çalışmanın ne olduğunu nasıl hissettirdi nasıl olması gerektiğini biraz anlamış hissediyorum"

"Açıkçası ben daha iyi gelişir diye düşünüyordum. 4 sene önce falan böyle çok bir artıştıydı çok hızlı artıyordu. Mesela her sene kat kat artıyordu. Artık böyle bir stabil gidiyor gibi hissediyorum. Son 3 senedir özellikle hani izleyici sayısı mesela yurt dışı turnuvalarda artmıyor çok o çok artardı eskiden. Finaller zamanı böyle 100.000 200.000 500.000 katlana katlana giderdi hep. Artık o böyle stabil kaldı hatta bazen aşağı bile düşük çıkabiliyor. Bu yüzden pek bilmiyorum artık şeyini mi doldurdu böyle bir yani tam insanlar ilgi gösteremiyor mu anlayamadım" (G3)

"Elektronik spor geleneksel sporlara göre şu an bence daha avantajlı çünkü elektronik sporu yapan insanların sosyal medyadaki kitleleri futbolculara göre mesela bence bir futbolcunun 1.000.000 takipçisi de olsa yani 50.000 takipçili bir e sporcunun daha fazla etkileşim aldığını söyleyebilirim"(G6)

"Elektronik spor sektöründe pazar da tabii ki gelişti oyuncular vesaire daha fazla para kazanmaya başladı bazı takımlar kötü niyetle bazı oyuncuların değerinin altında vermeye ya da imzalattı hani sözleşme imzalatmaya çalışıyor bunun için de sanırım bir tane e-spor federasyonu kurulmuştur oyuncuların güvenliğini sağlamak için, hatırlamıyorum tam şu anda ne yapabildiler ama eskiye göre çok daha iyi diyebilirim" (G7)

"Ekosistemini oyuncusu taraftarı yatırımcısı federasyon şöyle söyleyeyim diğer ülkelere baktığımızda aslında yatırımcılar olsun hani oyuncular olsun gerçekten büyük meblağlarda paralar kazanıyor. Fakat bizim ülkemizde bu o kadar fazla olmasa da nasıl desem bizim bence eko sistemimiz hani okey gibi fakat bunun reklamını yapamıyoruz. Bence bu yüzden fazla

yatırımcı gelmiyor. Bence bizim ülkemize ama oyuncu bazında taraftar bazında bence gayet güzel fakat yatırımcı bazında ben o kadar iyi olduğunu düşünmüyorum" (G8)

"Herkesin paraya ihtiyacı var. Oyunculara da iyi paralar vermek gerekiyor ki daha iyi motive olunsun. Çünkü bu işi yapabileceğin süre ya 26 27 yaşına kadar falan insanın oradan sonra ki hayatını devam ettirmesi için iyi bir para kazanması gerekiyor oynadığı süre içinde. Yurt dışında çok iyi paralar kazanılıyor ama Türkiye’de şu an o kadar değil o yüzden iyi sponsorlar lazım bence" (G9)

"Oyuncular profesyonel iş olarak görüyorlar. Özellikle üniversite öğrencileri için keyifli bir para kazanma yöntemi olarak görülüyor. İleri düzeyde mücadele edenler reklam gelirleri, canlı yayın gelirleri, sponsorluklar ve maaş alarak ciddi gelir elde ediyorlar." (A1)

"Türkiye’de espor ekosistemini incelediğimizde, hem oyuncu hem yatırımcı açısından, Şu anda maliyetlerin uluslar arası mecra ile aynı seviyelerde izlediğini, Türkiyede de dünya takımlarına benzer maliyetli kulüplerin kurulduğunu, 2. Kademe liglerde bile yabancı sporcuların yer aldığını görüyoruz. Bu kapsamda Türkiyede ciddi bir pazarın oluştuğunu söyleyebiliriz." (A2)

"Türkiye’de espor ekosistemini incelediğimizde, hem oyuncu hem yatırımcı açısından, Şu anda maliyetlerin uluslar arası mecra ile aynı seviyelerde izlediğini, Türkiye’de de dünya takımlarına benzer maliyetli kulüplerin kurulduğunu, 2. Kademe liglerde bile yabancı sporcuların yer aldığını görüyoruz. Bu kapsamda Türkiye’de ciddi bir pazarın oluştuğunu söyleyebiliriz." (Y1)

3.3.6. Pazar Fırsatları

"Çocuklarının çok ilgisini çekiyor, takımları destekliyorlar onun dışında kendileri de oynadıkları bir oyun olduğu için hem bilgisayar olarak ekipman olarak çok fazla almak istiyorlar. Onun dışında takımlara da destek olmak istiyorlar internet üzerinden abonelik sistemiyle çok fazla destekleyenler. Para yatırımlar oluyor oyuna yani tabii ki kendini çeviren bir ekosistem değil. E spora bakarsak futbolda olduğu gibi gönül bağıyla yani birazcık insanların tamamen keyif karşılığında bir tecrübe satın alıyorlar. O yüzden yani şu anlık çalışıyor çalışmaya da devam edecek gibi hani gittikçe büyüyor o yüzden gelişimine olumlu görüyorum yani iyiye gidecek gibi" (G4)

"Bizim beklentimiz pazarın büyüyeceği yönünde şu an. Zaten özellikle uzak doğu tarafına çin kore tarafında voleybol basketbol futbol gibi spor sporları geçmeyi başardı. Avrupa’da daha o kadar yaygın değil ki voleybolu geçti. Su rakamlar olarak bence pastanın büyük bir

kısmı artık e spor'a kayacak ve geçtiğimiz günlerde bir makale okudum. Rusya devlet başkanı putin mesela sporu kanadı aynı şekilde şu an federasyonun uluslararası olimpiyat federasyonu da tanınması konuşmaları geçiyor. Tabii ki federasyonun tanınması olimpiyatlarda yer alması çok büyük bir pasta payının e spor'a döndürecek" (G5)

"Gelişim sadece ligin en yüksek takımlarında var bence. Hâlâ yani ligin aşağısındaki ya ilk 3 takımındaki dışındaki takımlarını bence bu kadar yüksek değil pazar olarak" (G6)

"Geleneksel spor sistemlerine göre çok daha fazla pazarlama yönü mevcut. Turnuvalar düzenleniyor. Kuralları belirleniyor, telif hakları satılıyor, sürekli yeni içerik üretiliyor hatta Espor alanında mücadele eden profesyonel oyuncuların maaşlarının bir kısmını ödeniyor." (A1)

"Espor alanı oyun alanı gibi geniş bir alan. Yatırımcılarda pastadan pay kapıyorlar." (A1)

"Espor'un pazarı değerlendirmesi spor ekonomisinin pasta payında bir tehdit oluşturabilir. Özellikle Z kuşağı ve sonrası geleneksel spordan uzaklaşırsa, gerek katılımcı gerek izleyici olarak geleneksel spora ilgi duymamaları belirli spor branşlarının gelir elde edememesine neden olabilir." (A1)

"Kulüpleşme marka değerini artırdı, daha fazla organize olmasına katkı sağladı." (A1)

"Diğer branşlardan farklı olarak, mesela bazı spor dallarını tanıtmak, sevdirmek esastır bunun için tepeden bir merkezden yönetim oluşur ve gelişir, esporda ise bir taban hareketi görüldü ve gelişti. Kendi eko sisteminin anlattığım gibi oyuncu-tarftar-kulüpleşme-örgütlenme olarak oluşturdu. Şuan baktığımızda uluslararası en büyük oyunların yarışmalarında başat aktörler ile yarışan bir ekonomiye adım attığımızı söyleyebilirim." (Y1)

"Federasyonun kurulması ile ilgili oylama yapılırken, duayen bir gazetecimiz şunu iddia etti "Göreceksiniz çok yakında espor futbolu geride bırakacak" demişti. Buna benzer yorumlar sıkça yapılıyor. Diğer spor dallarının ekonomik hacimleri ile ilgili rekabet unsuru oluşturmak ne kadar doğru olur bilmiyorum ama buna benzer ön görüler yapmak mümkün. Futboldan sonra en çok izlenen ve talep gören ekonomi olacağını ön görmek mümkündür." (Y1)

"Gördüğüm kadarıyla esporun getirdiği farklı bir izleyici kitlesi oluştu. Kendi istediği ürünü tüketen, izleyen, satın alan.. Teknoloji ile de çok ilintili. Gençler artık geleneksel medyanın dayattığı reklam ve içerikleri kabul etmiyorlar. Eskiden insanlara izletemediğiniz reklamları espor alanlarında ürün yerleştirme olarak hissetmeden işliyoruz. Pazarlama yöntemini değiştirdi diyebiliriz." (Y2)

"Geleneksel sporları geçecektir. Bugün herhangi bir spor federasyonu sponsor arayışı için dosyalar hazırlıyor, koşturuyor. Ancak espor federasyonuna bu teklifler kendiliğinden gelmekte. Markalar buradaki geleceği görüyor ve reklam faaliyetlerini buradan yürütmek istiyorlar. Ve daha yolun başındayız. Bu altyapı doğru kurulursa espor için harika fırsatlar doğacaktır." (Y3)

Tablo 3.4 Katılımcıların Gelişim Aşamaları ve nedenleri Temasına Verdikleri Cevapların Kod Dağılımları

Kod Sistemi	Y3	Y2	Y1	A2	A1	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	TOPLA...
✓ Gelişim Aşamaları ve nedenleri															0
• Geleneksel sporlardan uzaklaşma															6
• Köklü kulüplerin sektöre girişi															15
• Medyanın etkisi															4
• Genç Nüfusun İlgisi															5
Σ TOPLAM	2	3	1	1	5	1	2	2	2	2	2	2	2	3	30

Bu tema, elektronik sporların geleneksel sporlardan tam olarak 1.5 ila 2 kat daha uzun bir süre boyunca rekabet ederek potansiyelini ortaya koyduğunu ve köklü spor kulüplerinin sektöre giriş yapması ve medyanın etkisi gibi önemli konuları ele almaktadır. Elektronik sporlar, sadece fiziksel aktivite değil, aynı zamanda zihinsel bir uğraş olarak da kabul edildiği için tartışmaların merkezinde yer almaktadır. Ayrıca, pandemi gibi faktörlerin geleneksel sporların izleyici kitlesini etkileyebileceği ancak elektronik sporların bu yönde benzer bir etkiyle karşılaşmadığı vurgulanmaktadır. Bu durum, elektronik sporların hızla yayılan bir fenomen haline geldiğini ve güçlü bir büyüme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Köklü spor kulüplerinin elektronik spor sektörüne girişi, sektördeki rekabeti artırmış ve sektöre büyük yatırımların gelmesini sağlamıştır. Ancak, bu girişimlerin bazı zorluklarla karşılaştığı ve özellikle kurumsal yapıların oluşturulması ve maaş ödemelerinde yaşanan sıkıntılar gibi konuların ele alındığı belirtilmiştir. Buna rağmen, köklü spor kulüplerinin bu sektöre olan ilgisi, elektronik sporların popülerliğini daha da artırarak büyümesini sağlamaktadır. Medyanın etkisi ise elektronik sporların gelişimi açısından büyük bir rol oynamıştır. Televizyon yayınlarının, içerik üretiminin ve spor federasyonlarının etkinliklerinin bu sektörün büyümesine katkıda bulunduğu belirtilmiştir. Özellikle genç nüfusun elektronik sporlara olan ilgisinin artması, sektörde büyük bir potansiyel olduğunu ortaya koymakta ve büyük şirketlerin bu alana yatırım yapmaya başlamasını sağlamaktadır. Ancak, Türkiye'de elektronik sporun henüz yeni duyulan bir alan olduğu ve popülerliğinin artması için zamana ihtiyaç duyduğu vurgulanmıştır. Bu analizler, elektronik sporun spor endüstrisindeki önemini ve büyüme potansiyelini anlamak için değerli bir kaynak sağlamaktadır. Elektronik sporlar, geleneksel sporlarla rekabet ederek kendi yerini sağlamlaştırmış ve her geçen gün büyük bir

kitle tarafından ilgiyle takip edilen bir fenomen haline gelmiştir. Elektronik sporlar, hem oyuncular hem de izleyiciler için heyecan verici bir deneyim sunarak, spor dünyasında devrim niteliği taşımaktadır. Bu değişimin arkasında yatan faktörlerden biri de köklü spor kulüplerinin elektronik spor sektörüne olan yatırımlarıdır. Bu yatırımlar, sektörde rekabeti artırarak, büyük ölçekli etkinlikler düzenlemeyi ve sporculara daha iyi koşullar sağlamayı mümkün kılmaktadır. Bununla birlikte, elektronik sporların popülerliğindeki artışta medyanın da büyük bir etkisi vardır. Televizyon yayınları, internet platformları ve sosyal medya, elektronik sporlarla ilgili içeriklerin kolaylıkla erişilebilir hale gelmesini sağlamaktadır. Bu da genç nüfusun ilgisini çekmekte ve elektronik sporların daha da gelişmesini sağlamaktadır. Elektronik sporların spor endüstrisi üzerindeki etkisi ise giderek büyümektedir. Bu analizler, elektronik sporların gelecekteki potansiyelini ortaya koymakta ve bu alanda gelişme göstermek isteyenler için önemli ipuçları sunmaktadır. Elektronik sporlar, her geçen gün daha da önem kazanmakta ve spor endüstrisine yeni bir soluk getirmektedir. Bu nedenle, elektronik sporlarla ilgilenenlerin bu alanda fırsatları değerlendirmeleri ve büyüme potansiyelini göz ardı etmemeleri önemlidir. Elektronik sporlar, gelecekte geleneksel sporlarla aynı kitleleri hedefleyen büyük bir endüstri olma potansiyeline sahiptir. Bu nedenle, elektronik sporlara yatırım yapmak ve bu alanda faaliyet göstermek, gelecekteki başarı için önemli bir adım olabilir. Elektronik sporların popülerliği dünya genelinde giderek artmakta ve birçok ülke elektronik sporları destekleyen politikalar geliştirmektedir. Bu süreçte, Türkiye'nin de elektronik sporlara yatırım yapması ve bu alanda büyüyebilmesi için gerekli adımları atması gerekmektedir. Elektronik sporların başarılı bir şekilde geliştirilmesi için spor kulüpleri, medya kuruluşları ve diğer paydaşların işbirliği içinde çalışması önemlidir. Bu sayede elektronik sporlar, Türkiye'de de önemli bir sektör haline gelebilir ve gençler için yeni istihdam olanakları sağlayabilir. Elektronik sporlar, sadece bir oyun değil, bir eğlence sektörü olarak da büyük bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyeli değerlendirebilmek için ise gerekli adımların atılması ve spor endüstrisindeki diğer paydaşlarla işbirliği yapılması gerekmektedir. Elektronik sporların gelişimi için, eğitim ve altyapı yatırımlarının yanı sıra, sporcuların yetiştirilmesi ve desteklenmesi de önemlidir. Bu sayede, Türkiye'de elektronik sporların büyümesi ve yaygınlaşması sağlanabilir. Bu nedenle, elektronik sporlarla ilgilenen herkesin, bu alana yatırım yapması ve gelişmesine katkı sağlaması önemlidir. Elektronik sporlar, gençlerin ilgisini çeken bir alan olması nedeniyle, gelecekte spor endüstrisinde daha büyük bir rol oynaması beklenmektedir. Bu alanda faaliyet göstermek isteyenler için ise doğru yatırımları yapmak ve büyüme potansiyelini değerlendirmek önemlidir. Elektronik sporlar, geleneksel sporlardan farklı bir deneyim sunması ve gençlerin ilgisini çekmesi nedeniyle

büyük bir potansiyele sahiptir. Bu potansiyeli değerlendirmek ve büyüme için ise sektördeki paydaşların işbirliği yapması gerekmektedir. Elektronik sporların, Türkiye'deki gençler için istihdam olanakları sağlaması ve ekonomiye katkıda bulunması da önemlidir. Bu nedenle, elektronik sporların gelişimine destek vermek ve sektörün büyümesine katkıda bulunmak, herkesin sorumluluğundadır. Elektronik sporlar, yeni nesil spor olma potansiyeline sahip olan ve gelecekteki büyüme potansiyeli yüksek bir sektördür. Bu nedenle, elektronik sporların gelişimi için gerekli adımların atılması ve bu alanda faaliyet göstermek isteyenlerin desteklenmesi önemlidir.

3.4. Gelişim Aşamaları Ve Nedenleri Temasına Ve Kodlara Verilen Cevaplar

3.4.1. Geleneksel Sporlardan Uzaklaşma

"Elektronik spor vücutsal olarak değil de beyinsel olarak yapılan bir spor türü. Bence biliyorsunuz şu arada tartışmaları çok dönüyor yeşilayında kullanmış olduğu tweet yüzünden. Eğer biz tabii ki e sporun spor olduğunu savunan taraftayız. Satranç gibi ya da birçok beyin oyunu gibi sporunda bir spor olduğunu hem fiziksel olarak hem de beyinsel olarak çalışmalarının devam etmesi nedeniyle bir spor olduğunu savunuyoruz o şekilde söyleyeyim" (G5)

"Geleneksel sporlar pazarını geçebilir mi bilmiyorum. Önümüzdeki senelerde geçebilir neden olmasın. Millet yani insanlar gitgide daha fazla evinde oturmaya vesaire başlıyor. Zaten geçmişe göre bayağı bir izleyici, fan kitlesinin de arttı. Bariz bir fan kitlesi var şu an bazı spor dallarının geçebileceğini düşünüyorum ama hepsinin değil" (G7)

"Eğer pandemi devam etseydi belki geleneksel sporları geçirdi fakat futbol basketbol gibi sporları ben geçebileceğini düşünmüyorum" (G8)

"Yeni gelen nesil kardeşimden de biliyorum yani 12 yaşında bir tane futbol maçı açıp izlememiştir. Çünkü böyle insanları işte biz mesela izliyorduk. Ama başka yeni nesilden birine oturup 90 dakika işte 2 saat ya da televizyonun başına koyup bir maç izletmek çekici gelmiyor onlara..." (G9)

"En azından Futbol gibi temel spor branşları üzerinde etkili olabileceğini sanmam" (A1)

3.4.2. Köklü Kulüplerin Sektöre Girişi

"Ayrı bir kitle oluştu aslında e sporda. "aa böyle bir şey varmış" deyip takip etmeye başlayanlar oldu. Bunun gelmesiyle birlikte böyle fanatiklik ve o hani futbol kulüplerinde oluyor böyle sürekli fenerbahçe holiganları falan onlar da Espor'a gelmeye başladı" (G2)

"Her kulüp yatırım yapıyor. Bu da esporun gelişmesini hızlandırıyor ve daha da ilerilere götürüyor. O yüzden muazzam etkilidir yani böyle kulüplerin desteklemesi önemli yoksa gelişmesi çok zor olur." (G2)

"Rekabet getirdi. Ama böyle bir rekabet şöyle şimdi lolde de futbol gibi bir rekabet yok. Futbol gibi oldu biraz mesela galatasaray beşiktaş fena girdi böyle bir işin içine holiganlık girdi. O biraz garip oldu şimdi lolde hani öyle futbol gol mol falan yok kuleler alınıyor öyle bir taraftarlar birbirine giriyor mesela. Maçlarda sosyal medya üzerinden baya saçma bu tatlı bir rekabet olması gerekiyor. O yüzden yani bu arada geliştirdi tabii ki geliştirmede diyemem ama beklediğim tarz geliştirdi" (G3)

"Fenerbahçe Beşiktaş vesaire gibi yeni girdikleri senelerde bir ses getirdi tabii ki. Reklam değeri oldu. Onun dışında ülkemiz zaman hiçbir şey değiştirdiğini düşünmüyorum. Yurt dışında da belli başlı futbol gibi spor kulüplerinin girdiği oldu. Ama e sporda hiç yankı uyandırmadı açıkçası. Kurumsal bir yapıyı taşımaya çalıştılar ama Galatasaray'da mesela maaşlar ödenmedi Fenerbahçe'de ve kurumsal yapıda çok sıkıntılar oldu yöneticiler vesaire başarısız oldu ve spor dalında maaşları ödenmedi oyuncuların yani girmiş olsalar da yeterince önem vermediler" (G4)

"Galatasaray Fenerbahçe Beşiktaş gibi takımlar sektöre giriş yaptığı andan sonra tabii o takımların e spor bilmeyen taraftarları da futbol basketbol taraftarları da e spor takımı olduğu için desteklemeye başladı. İnsanlar bu sayede e sporu öğrenmeye başladı ayriyeten şu zamanlarda yavaş yavaş televizyonların ve korona sürecinin en büyük etkisi oldu espora" (G5)

"köklü kulüplerde oynayan oyuncuların üstündeki baskı bence daha yüksek. Kendi açımdan düşünürsem ama yani onların da kabarttığı popülasyon bence eski takımlara göre daha fazla. Yani eskiden 1.000 kişi izliyordu profesyonel takımlar katıldıktan sonra 10.000 kişi izlemeye başladı, seyirci ilgisini X10'a çıkarttı" (G6)

"e spor a adım atmak isteyen oyuncuların önü açıldı gibi diyebilirim. Daha fazla oyuncu çünkü kendine fırsat bulacak takım oldu. Bunun dışında çekişmeyi ve ligin kalitesini de arttırdığını söyleyebilirim" (G7)

"Beşiktaş, Fenerbahçe gibi kulüplerin gelmesi ilk olarak taraftar çekti. Çünkü takımlarının taraftarları böyle bir dal olduğunu bir böyle bir e spor olduğunu öğrenmiş oldu ve böylece izleyici geldi oyun kitlesi fazlalaştı" (G8)

"futbol kulüpleri bile bu işe girdi. İşte Fenerbahçe, Galatasaray, Beşiktaş'ın takımları var yani ülkede de bence iyi yöne doğru ilerliyor bizim için yavaş geliyor" (G9)

"Bunun bir yolu da bilinirliklerini artırmak. Köklü kulüplerin sektöre girişi de Espor sektörünün gücünü ortaya koymaktadır. Yatırımcılar köklü kulüpler sayesinde sektöre güvenip büyük yatırımlar yapmakta ve yeni fırsatları alana çekmektedir." (A1)

"Köklü kulüplerin bu isteme girmesi, önce beşiktaş sonar galatasaray ve fenerbahçe, hatta fenerbahçenin espor için takip düzeyi yüksek bir oyunda iddialı bir takım kurması bu anlamda ciddi bir farkındalığın oluşmasını sağladı." (A2)

"TR ekosistemi büyük takımların girmesiyle ivme kazandı. Haberlerde yer aldı, görünürlüğü fazlalaştı." (Y2)

"İlk öncümüz BJK idi. Sonra GS ve FB girdi Ali KOÇ'un başkanlığında. Bilinirliği çok arttırdı. Ne zamanki bu takımlar sektöre girdi, medya kuruluşlarını da yanında getirdiler." (Y2)

"BJK, GS ve FB olmasa bu alan geç kalırdı diye düşünüyorum. Bu kulüplerin bu Alana girmesi önemli bir PR yarattı. Sadece Türkiye'de tanınırlık açısından değil, zamanla bu alanın konvansiyonel sporları aşacağının farkındalar." (Y3)

3.4.3. Medyanın Etkisi

"Televizyonda yayın yapılabilir, içerikler üretilebilir. İlgi çekiyor aslında. Daha doğru anlatmak lazım, özellikle eski neslin görmesi önemli." (G1)

"Elektronik spor geleneksel sporlara göre şu an bence daha avantajlı çünkü elektronik sporu yapan insanların sosyal medyadaki kitleleri futbolculara göre mesela bence bir futbolcunun 1.000.000 takipçisi de olsa yani 50.000 takipçili bir e sporcunun daha fazla etkileşim aldığını söyleyebilirim" (G6)

"Görsel medya destekliyor. Bein Sports haftanın belirli günleri Espor turna maçlarından yayın yapıyor. Espor federasyonunun etkinlikleri de alanın gelişimine katkı sağlamaktadır." (A1)

"İlk öncümüz BJK idi. Sonra GS ve FB girdi Ali KOÇ'un başkanlığında. Bilinirliği çok arttırdı. Ne zamanki bu takımlar sektöre girdi, medya kuruluşlarını da yanında getirdiler." (Y2)

3.4.4. Genç Nüfusun İlgisi

"Çok fazla oyuncu var çok fazla yani genç nüfus çocuk çok fazla olduğu için ülkemizde ister istemez internette oyunlarda bir araya geldiler. Bu kadar fazla kişinin ilgi duyduğu bir şeyde elbet geliştirdi" (G4)

"Türkiye de Espor yeni yeni duyulan bir alan. Özellikle lise ve üniversite çağındaki olan kişilerin ilgisi yoğun ancak sayı Türkiye'nin genç nüfus oranıyla kıyaslandığında popülerliğinin artması için zaman var." (A1)

"Bu rakamlar yayıncılardan edinilen rakamlar. Daha kapsamlı bir araştırma yapılırsa bu rakamların daha yüksek olacağını varsayabiliriz. Dolaylı bir farkındalık var ama bu rakamların ötesinde. Hepsi esporcu mu tabii ki hayır. Ama gençler arasındaki ilgi inanılmaz. Bu sebeple, Vodafone gibi büyük şirketler bu alana yatırımlar yapıyor." (Y3)

Tablo 3.5 Katılımcıların Esporun Geleceği Temasına Verdikleri Cevapların Kod Dağılımları

Kod Sistemi	Y3	Y2	Y1	A2	A1	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	TOPLA...
▼ Esporun Geleceği															0
▼ Spor sektöründeki yeri															8
▼ Eğitsel Süreçler															7
▼ Mesleki gelecek															4
Σ TOPLAM	2	2	0	2	4	2	3	1	0	0	1	0	1	1	19

Esporum geleceği konusunda yapılan analizler, sektörün hızla büyüdüğünü ve önemli değişimler yaşadığını gösteriyor. Geleneksel sporlara kıyasla esporda büyük bir potansiyel olduğu vurgulanıyor. Bazı analistler, esporda izlenme ve destek bakımından geleneksel sporları geçtiğini belirtiyorlar. Ancak, bu durumun ülkeden ülkeye farklılık gösterebileceği ve buna bağlı olarak pazarın gelişim sürecinin de değişkenlik gösterebileceği ifade ediliyor. Esporun ticari boyutu da incelendiğinde, henüz geleneksel sporlarla kıyaslandığında pazarın tam anlamıyla gelişmediği ve bazı eksikliklerin olduğu ortaya çıkıyor. Örneğin, takımların ürünlerinin pazarlama ve satışında belirli zorluklarla karşılaşıldığı ve bu durumun düzeltilmesi gerektiği belirtiliyor. Ancak, esporda seyirci kitlesinin ve talebinin arttığı da açıkça ifade ediliyor. Reklam alanlarının genişlemesi ve stadyum seyirci sayılarının azalması gibi faktörler, esporda büyümenin devam ettiğini gösteriyor. Eğitim açısından, espora yönelik bilinçlendirme ve eğitim müfredatlarında yer verilmesi gerektiği üzerinde duruluyor. Esporun sadece oyunculardan ibaret olmadığı, aynı zamanda birçok farklı kariyer ve iş imkânı sunduğu vurgulanıyor. Özellikle lise ve üniversite düzeyinde espora yönelik eğitim programlarının oluşturulması gerektiği üzerinde duruluyor. Mesleki gelecek açısından, esporda profesyonel iş kollarının ortaya çıktığı ve sektörün giderek kurumsallaştığı ifade ediliyor. Kulüpleşmenin ve

federasyonların kurulmasının, esporda daha sistemli bir yapıya kavuşulmasına olanak sağladığı belirtiliyor. Bu da esporda çalışma ve kariyer fırsatlarının arttığını gösteriyor.

3.5. Esportun Geleceği Temasına Ve Kodlara Verilen Cevaplar

3.5.1. Spor Sektöründeki Yeri

"Bazı geleneksel sporları sayısal olarak geçti bile. Kitlesi çok büyük." (G1)

"Bazı ülkelerde mesela Çin'de falan bu yani ben çok fazla ilerledi belki o geleneksel sporları da geçmiş olabilir bence. Bu ülkeden ülkeye değişebilecek bir şey çünkü her ülkenin düşüncesi aynı değil yani ülkeden ülkeye değişebilecek bir şey ama bence aynı konuma gelebilir" (G2)

"Bilindik isimlerin daha çok e sporu desteklemesi gerekiyor. Bilindik derken sosyal medyanın önünde mesela sanatçıların, riot games'in bunlara işte işbirliği yapması gerekiyor ki sektör büyüsün. Ve insanların gözüne hitap etsin daha çok işte insanlar bilgilensin diye. Onun harici beni zaten bilen insanlar biliyor böyle farklı insanların durabilmesi için başka çevrelere şey yapıp öyle hitap edilmesi gerekiyor" (G3)

"Espor izlenme bakımından işte destek bakımından sponsor bakımından bence %100 geleneksel sporları geçer" (G9)

"Bugün stadyumlarda bile seyirci sayısı azaltılırken reklam alanları daha geniş alanlara yayılmakta. Diğer yandan Espor kendi yeni sportif kahramanlarını ortaya çıkartmakta bu da pazarlama karmasını bu yöne çekmekte." (A1)

"Federasyonun kurulması ile ilgili oylama yapılırken, duayen bir gazetecimiz şunu iddia etti "Göreceksiniz çok yakında espor futbolu geride bırakacak" demişti. Buna benzer yorumlar sıkça yapılıyor. Diğer spor dallarının ekonomik hacimleri ile ilgili rekabet unsuru oluşturmak ne kadar doğru olur bilmiyorum ama buna benzer ön görüler yapmak mümkün. Futboldan sonra en çok izlenen ve talep gören ekonomi olacağını ön görmek mümkündür." (A2)

"Federasyonun olması devletin bu işe el attığını gösterir. İnsanların başıboş bir sektör algısını kazanmasına engel olur. Bu yolla toplumda kabul görme olasılığı artar. Biliyorsunuz toplumda teknoloji bağımlılığı ile alakalı çekinceler var. Aslında esportun devlet tarafından örgütlenmesi ile teknoloji bağımlılığıyla mücadelede önemli bir adım olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin spor toto teşkilatı. Müşterek bahis organizasyonu varsa ve talep görüyorsa bunun kontrollü ve sağlıklı bir şekilde devlet tarafından regüle edilmesini sağlar. Espora bu bakımdan etkisi olacaktır." (A2)

3.5.2. Eğitsel Süreçler

"Espor eğitimi verilmelidir. Sektöre giren insanların dikkat etmesi gereken çok şey var. Lisede seçmeli verilebilir ama üniversitede kesin alınabilmesi lazım. Sektörün tüm değişkenleri anlatılmalı." (G1)

"İnsanlar bilinçlendirilmeli. Yani bu konu hakkında çünkü herkes ön yargıyla bakıyor. Kime anlatsan ön yargıyla yaklaşıyor. Böyle oyuncuları asosyal damgasını vuruyorlar direkt ve bazı yani genelde insanlar öyle dışlamaya çalışıyor." (G2)

"İnsan bence lisede şekillenmeye başlıyor. Beyin yapısı işte düşünceleri ve bu e spor yeni bir şey olduğu için bence yani derslerde verilebilir diyorum. Lisede lise düzeyinde müfredatı etki eklenebilir" (G2)

"Yazılım mühendisliği açısından mühendislik fakülteleri, spor bilimleri fakülteleri, işletme fakülteleri gibi hemen her alanın katkı sağlayacağı, istihdam yaratacağı bir alan olduğu için, eğitim müfredatlarında alana yönelik mutlaka yer verilmesi gerekiyor" (A1)

"Özellikle Spor Yöneticiliği ve Rekreasyon bölümleri müfredatlarında yer vermeli. Bu alanlarda öğrenim gören öğrenciler gerek yönetim bilimleri gerekse rekreatif faaliyet alanlarının genişletilmesi açısından önem arz etmektedir." (A1)

"Oyuncu eğitimi mi? Sektöre istihdam eğitimi? Eğitimci eğitimi mi? Direkt espor anlatmak çok zor. Pazarlaması, yönetimi vs. çok geniş bakılmalı. Ben çeşitli liselerde espor eğitimciliği yaptım. Ne anlatabiliriz, kim anlatabilir, nasıl anlatılabilir bunu etüdledim. Bu çocuklara oyunculuk anlatmadım, anlatamazsınız da. Sektörü anlattım. Her yönüyle. Menajerlik, reji, yorumculuk, antrenörlük vs. Federasyon da dahil bütün bunları anlatabilecek kim var bir bakabilmek lazım. Umarım federasyon bu konuda temkinli ve sağlam ilerler. Çünkü herkesin Elwind olması mümkün değil, hayal satılmamalı. Artık 3 çocuktan 2si espor takip ediyor. Dikkati yaklaşılmalı." (Y2)

"Milli eğitim bakanlığı ile yapılan bir anlaşma var. Çocukların veya gençlerin oyun oynadıklarını biliyoruz. Kontrolün sağlanması için bir yoldu aslında bu anlaşma. Ama önce eğitimcileri veya öğretmenleri eğitmeli, spor ahlakını, dinamiklerini öğretmeliyiz. Bunların yanında fiziksel aktivite, beslenme ve disiplin sağlanması esas amaç olmalı." (Y3)

3.5.3. Mesleki Gelecek

"Kulüpleşmenin katkısı çok, her takım bir koçu bulunuyor artık. Mecburen yeni iş kolları doğdu" (G6)

"Espor profesyonel bir iş kolu haline geldi. Sektör açısından inovatif ilerleme kaçınılmaz."
(A1)

"Geleceğin sektörü. Yakında sönecek denen bu sektör gittikçe daha fazla kitleye hitap etmeye başladı.herkes sadece oyuncularını görüyor ama. Aşçısı, şoförü, rejisi, antrenörü, egzersiz uzmanı gibi büyük bir insan kaynağı var." (Y2)

"Bir umut yarattı. 10-15 yıldır bu sektörün içerisinde olan ama Türkiye’de bir altyapısı olmadığı için kişisel ünlerinden öteye taşıyamamış çocuklar tanıyorum. Federasyonun kurulması daha sistemli bir yapıya hizmet etme şansı tanıdı bu çocuklara. Federasyona bağlı kulüplerde çalışma, müsabakalarda görev alma veya yönetici olma şansları doğdu." (Y3)

Tablo 3.6 Katılımcıların Beklentiler Temasına Verdikleri Cevapların Kod Dağılımları

Kod Sistemi	Y3	Y2	Y1	A2	A1	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	TOPLA...
▼ Beklentiler															0
Kulüpler															5
Bakanlık															11
Yükseköğretim															10
Federasyon															7
Σ TOPLAM	4	5	2	5	2	2	1	1	4	7	0	0	0	0	33

Elektronik sporun (espor) Türkiye'deki ve dünya çapındaki gelişimi, ulusal ve uluslararası platformlarda aktif bir şekilde tartışılan ve ele alınan son derece önemli bir konu haline gelmiştir. Kulüpler, bakanlık, federasyonlar ve yükseköğretim kurumları gibi çeşitli aktörlerin yanı sıra uzmanlar da esporun geleceği ve potansiyeli hakkında fikirlerini beyan etmektedir. Ancak, bu büyük gelişme ve popülerlik beraberinde, esporun geniş kapsamlı bir değerlendirme ve düzenleme ihtiyacını da ortaya çıkarmıştır. Günümüzde kulüplerin sponsorluk olanaklarının kısıtlılığı, Türkiye'nin ekonomik yapısının ve spora verilen değerin etkisi altında gözlemlenmektedir. Bu durum, esporun daha fazla tanınması ve gelişmesi için engel teşkil etmektedir. Bu nedenle, kulüplerin profesyonel takımlarının medya ve içerik üretimi konusunda daha aktif olması gerekmektedir. Böylece, sponsorluk gelirleri artacak ve kulüplerin ulusal ve uluslararası düzeydeki tanınırlığı artacaktır. Bu, esporun sadece bir hobi olarak değil, aynı zamanda bir kariyer ve ekonomik bir sektör olarak kabul edilmesi için önemli bir adım olacaktır. Bununla birlikte, esporun geleceğiyle ilgili kararlar alınırken, ulusal ve uluslararası platformlarda tüm ilgili tarafların görüşleri ve deneyimleri dikkate alınmalıdır. Kulüpler, bakanlık, federasyonlar veya yükseköğretim kurumları gibi tüm aktörler, esporun sadece bugünü değil, aynı zamanda geleceği için de adil ve sürdürülebilir bir çerçeve oluşturma önemini kavramalıdır. Sonuç olarak, espor, Türkiye'nin ve dünyanın

genelinde giderek artan bir ilgi ve popülerlik kazanan bir spor dalı haline gelmiştir. Bu nedenle, esporun geleceği ve potansiyeli, ulusal ve uluslararası düzeyde dikkate alınmalı ve önemli bir konu olarak ele alınmalıdır. Kulüplerin daha fazla sponsorluk fırsatına erişmesi, medya ve içerik üretimine daha fazla odaklanması ve ulusal düzeyde tanınırlığının artması için çözümler bulunmalıdır. Bu sayede, esporun Türkiye'deki ve dünya genelindeki etkisi ve katkısı daha da büyüyecektir.

Bakanlık düzeyinde, esporun yasal çerçevesinin belirlenmesi ve eğitim alanında yapılan çalışmaların arttırılması gerekliliği dile getirilirken, federasyonlar da daha etkin ve işlevsel olmaları gerektiği vurgulanmaktadır. Yükseköğretim kurumlarının spor bilimleri ve rekreasyon bölümlerinde esporun daha fazla yer alması, bu alanda yetişecek profesyonellerin niteliğini arttırabilir ve sektörün geleceğine olumlu katkı sağlayabilir. Tüm bu aktörlerin bir araya gelerek, esporun ekonomik, sosyal ve kültürel etkilerini değerlendirmesi ve düzenlemesi, sektörün sürdürülebilir bir şekilde büyümesine ve gelişmesine olanak tanıyabilir. Bu çerçevede, esporun geniş kitlelere doğru bir şekilde tanıtılması, eğitiminin yaygınlaştırılması ve sektördeki fırsatların ve risklerin dengeli bir şekilde ele alınması önem arz etmektedir. Bu çaba, esporun sadece bir hobi veya oyun olmaktan çıkıp, ciddi bir endüstri ve spor dalı olarak kabul edilmesine ve tanınmasına yardımcı olabilir.

3.6. Beklentiler Temasına Ve Kodlara Verilen Cevaplar

3.6.1. Kulüpler

"Sponsorlar için yetersiz şuan. Takımların sponsoru yakalaması ve tanıtması gerekiyor. Yurtdışında ülkenin ürettiği değerlerin, araba markaları gibi, bir takıma veya turnuvaya sporsor olduğunu, ciddi bir sponsorluk bedeli ödediğini görüyoruz. Bizim ekonomimizin bağımlı olması da bu durumu oldukça fazla etkiliyor." (G1)

"Ülkemizde kesinlikle doğru gitmiyor dediğim gibi. Hem liyakat yok herkes arkadaşlarına önem vererek hani yönetim olsun oyuncular olsun çok insan kayırarak işte arkadaşlarıyla iş yapmaya çalışarak yaptıkları için yönetim tarafları takım bünyeleri çok sorunlu. Onun dışında taraftarlar tabii iyi niyet ve takipçiler çok keyif aldıkları sporu izliyorlar o yüzden hani daha organik bir taraf orası. Bir de tamamen para kazanmak için esporun hiçbir şeyini bilmeyip tamamen ticari giren insanlar var onlar zaten direk başarısız oluyorlar çünkü çok niş bir sektör yani dışarıdan girmesi zor bilgi sahibi olmadan hani diğer spor dalları gibi öyle takım kuracağım deyip girmek çok çalışmıyor yani. Birazcık yapay ulaşıyor bu yüzden para kazanmayı isteyen insanlar yüzünden ama onun dışında yani çok hevesli ve genç kesim de var" (G4)

"Takımların özellikle profesyonel takımlar için bahsedeyim bunu profesyonel takımların daha güzel sosyal medya youtube gibi içerik üretimlerine yönelmesi gerekiyor. Çünkü sponsorlar bu takımlara belli bir ücret ödüyor sponsor olmak için. Onu sponsorlarının da iyi bir şekilde duyulmasını istiyorlar. Ya bu seneye kadar pek öyle bir şey yoktu takımlarımızda yeni yeni adapte olmaya başlıyorlar. Özellikle yurt dışında bu çok güzel işleyen bir sistem sponsorlar sponsor oldukları paranın hesabını çıkartabiliyor yurt dışında bizde daha o bir oturmadı. Ama ancak yavaş yavaş başladığı için sponsorların da artmasını ben bekliyorum" (G5)

"Sistem dağınık toparlanmaya ihtiyaç var. Toparlayabilirsek çok hızlı gelişecektir. Çok ciddi paraların bu ekosistemde döndüğünü biliyoruz. Ancak Türkiyede henüz bu paralar kazanılmıyor. Bunun için düzenli bir halkla ilişkiler örgütlenmesine, tanıtım ve farkındalık çalışmasına ihtiyaç var." (Y3)

3.6.2. Bakanlık

"Ek bir yasal koruması olmaması ya profesyonelleşme açısından çok zorlaştırıyor" (G4)

"Elektronik spor eğitimi veren çok az yer var bunlardan biri stratejik white ama bizim verdiğimiz eğitim bile öğretmenlerle hocalarla olmadan daha çok deneme yanılma ile gerçekleşiyor. Yani bir turnuva yapıyoruz o turnuvadaki sıkıntıları sonra biz kendimiz içimizde konuşup bunu hata yaptık bir dahaki turnuvada yapmayalım çünkü herhangi bir bir eğitim verebilecek insan sayısı şu an hem Türkiye’de hem dünya üzerinde çok az. Espor üzerinden ya birileri daha fazla biliyor ama eğitim verebilecek düzeyde kimsenin olduğunu ben düşünmüyorum sonuçta bir diploma alabilir" (G5)

"Şöyle bir durum var, evet zararlı ama her şeyin fazlası zararlı. Bu tabii ki sorun da fazlası zararlı yani ben aktif 9 yıl hentbol oynadım bıraktım da psikolojik fiziksel deformasyon hâlâ sporculuk döneminden kalma sakatlıklar her şey var yani. Bunlar zaten sporla benzeşen yönleri onun için ya her şeyin fazlası zarar hal böyle iken bakanlığın projelerle e-spor branşına sahip çıkarak doğru tanıtması gerektiğini de düşünüyorum." (G5)

"Bakanlık özellikle aileleri ve gençleri bu konuda bilgilendirmeli. Espor kontrol altında tutulması ve denetlenmesi gereken bir alan. Gençlerin sosyalleşmeleri, spor yapmaları, spora aktif katılımları sağlanmalı. Diğer yandan vergilendirme bu alanda önemli. Büyük bir pasta var ve devlet de bu pastadan payını almalı." (A1)

"Espor dendiğinde insanların aklına direkt “sabaha kadar oyun oynayıp gözleri kan çanağına dönmüş çocuklar-gençler geliyor. Bu nasıl spor olur diyorlar. Profesyonel bir esporcu değilseniz oynamanız gereken saatler belli. Zaten espor federasyonunun kurulması ve bununla

Espor ile alakalı kamusal bir adım atılmasının sebebi de bu. İnsanları bilinçlendirmek. Siz bu alanı regüle etmezseniz, bu iş kendiliğinden gelişecek olursa ve tamamen serbest piyasanın çarkına teslim ederseniz tabii ki oyun firmaları oyun ne kadar çok oynanırsa ne kadar çok kitleye ulaşırsa bundan o kadar çok kar edecekler. Kamusal düzenleme ve bilinçlendirme gerekiyor." (A2)

"Espor dendiğinde insanların aklına direkt "sabaha kadar oyun oynayıp gözleri kan çanağına dönmüş çocuklar-gençler geliyor. Bu nasıl spor olur diyorlar. Profesyonel bir esporcu değilseniz oynamanız gereken saatler belli. Zaten espor federasyonunun kurulması ve bununla alakalı kamusal bir adım atılmasının sebebi de bu. İnsanları bilinçlendirmek. Siz bu alanı regüle etmezseniz, bu iş kendiliğinden gelişecek olursa ve tamamen serbest piyasanın çarkına teslim ederseniz tabii ki oyun firmaları oyun ne kadar çok oynanırsa ne kadar çok kitleye ulaşırsa bundan o kadar çok kar edecekler. Kamusal düzenleme ve bilinçlendirme gerekiyor. Dolayısıyla her yaş grubuna özel, oynanması veya uzak durulması gereken içerikler, tıpkı televizyon gibi, belirlenmeli ve regüle edilmeli." (Y1)

"Federasyon açıldı. Daha aktif olmaları gerekiyor. Projeler üretilmesi gerekiyor. Buraya özel server ve sunucuların artması gerekiyor. Tek elden çıkarıp rekabetçi ortam yaratılması gerekiyor. Devlet eliyle AR-GE merkezlerinin kurulması gerekiyor." (Y2)

"Liyakatin sağlanması gerekiyor. Daha işinin ehli kişilerin gelmesi gerektiğini düşünüyorum. Yönetimsel aktivasyonun sağlanması gerekiyor." (Y2)

"Bizi ziyaret eden bakanlarımıza biz sistematiği anlattık aslında. Bu sektöre hazırlıklı bir bünye yok bakanlıkta. Önyargılardan sıyrılmalı, bunun profesyonel dallardan oluşan bir spor olduğunu kabullenmeleri gerekiyor. Velilerimizdeki gibi dijital oyunlar ile karıştırmamalılar. Sektör ekonomik anlamda geliştikçe ilgi çekecektir." (Y2)

"Bir dezavantajımızda var. Şu anda bu sektörü Türkiyede toparlayan bir kurum yok. Federasyonun burada devletinde bir kurumu olması sebebiyle rol üstlenmesi gerektiğini düşünüyorum." (Y3)

"Bakanlık sağlıklı bir farkındalık için federasyona güvenmek zorunda. Örneğin internet kafelerin espor merkezlerine dönüşümleri için hazırlıklar vardı, kısmen gerçekleşti de. Bir ilerisine taşıyıp bu ortamların güvenliği için gerekli şartları belirlemek zorunluluğu var. Tıpkı gençlik merkezleri gibi bakanlık bünyesinde bir kamusal alan gibi değerlendirilmeli ki ailelere güven ortamının tahaaüdünü verebilelim." (Y3)

3.6.3. Federasyon

"Federasyonlar ve üniversiteler çalışmalar yapmalı." (G1)

"Federasyon ile birlikte daha çok tanınmaya başladı. Sanırım oyunculara destek olduğumu biliyorum yani şey bazı turnuvalarda yurt dışına çıkılması gerekiyor mesela. Oyuncuların vize durumları falan oluyor. Onlara destek çıkabilir bu federasyonda hızlı gelişmesinin durumların ama yani onu sağlayabilir" (G2)

"Federasyon şu an aslında biraz daha dışarıda kaldı. Çünkü bunun nedeni oyunları sonuçta bir şirkete bağlılar. Bütün oyunları bir şirket yaptığı için genelde o bunun e spor'da şirketler yönetmek istiyor. E spor federasyonunun etkisi daha kısıtlı olabiliyor sonuçta yaptırım uygulamıyor kendi malı olduğu için. O yüzden biraz etkisiz kalsa da bazı konularda mesela para ödenmeme gibi oyuncuları falan koçlara para ödememe gibi durumlarda ya da ev içinde çıkan sıkıntılı durumlarda bunlar da e spor federasyonunun katkısı büyük oldu" (G5)

"TESFED kuruldu ve öncülerden biri oldu. Türkiye bu alanda bağımsız federasyon kuran ilk 50 ülke arasında. Diğer spor dallarına baktığımızda takipçi konumunda olduğumuzu görürüz ama espor alanında en hızlı aksiyon alan ülkelerden öncülerden birisiyiz. Bunun nedenini Türkiye'nin esporda hem üretici hemde tüketici fonksiyonlar ile ciddi ilişki kurması kaynaklı olduğunu görüyoruz. Doğal olarak sağlıklı ve emin adımlarla gelişen bir dal olduğu söylenebilir. Elbette ki bunun sürdürülebilir, toplum ve devlet açısından daha verimli bir hale gelmesi için ihtiyaç ve eksiklikler var. Bunlarda zamanla girilecektir." (A2)

"Federasyon açıldı. Daha aktif olmaları gerekiyor. Projeler üretilmesi gerekiyor. Buraya özel server ve sunucuların artması gerekiyor. Tek elden çıkarıp rekabetçi ortam yaratılması gerekiyor. Devlet eliyle AR-GE merkezlerinin kurulması gerekiyor." (Y2)

"Federasyon hayal sattı. Gençler federasyonun açılmasıyla bu alanına daha güvenilir olduğunu düşündüler. Federasyon daha da aktif olmalı." (Y2)

3.6.4. Yükseköğretim

"Bence ders olarak gelmeli. Seçmeli dersler oluyor mesela okullarda seçmeli derslere kesinlikle esporun eklenmesi gerekiyor. Espor eklersen çok fazla değil ya yavaş yavaş alttan itibaren böyle genel bir bilgi verilmesi gerekiyor. Spor hakkında bunu e spor oynamayan birine de verilebilir. Bu hani bilgisi olsun diye çünkü artık çok büyük bir sektör herkesin bildiği bir şey öyle olabilir. Yani seçmeli ders şeklinde verilebilir kısa kısa haftada bir ders mesela" (G3)

"Federasyonla Milli Eğitim Bakanlığı bir protokol imzaladı. Bu bakımdan elektronik spora yönelik farkındalığı geliştirmek için veya işte çocukların dijital oyunla hani elektronik spor arasındaki farkı görebilmeleri için. Yani önlem alınması gerekebilir iken yani çok bağımlılık yapan oyunlar çünkü bu mesela oynadığım oyunu büyük ihtimalle sporcu olma sebebim o yaşlarda bağımlı olmamdır" (G4)

"Genelde üniversitelerin desteği bizim üniversitemiz olarak çok büyük bir destek sağlıyor bize. Ama yani türkiye'deki 100 150 tane üniversite de e spor kulübü varken şu an düzgün destek sağlanan 56 kulüp var sağ salon açılması gibi maddi manevi destekler gibi çok az var ki öncülerinden biri zaten Üniversitesi. Onlar da geliştikçe üniversiteye sporu da geliştirecek inşallah." (G5)

"Spor bilimcilerin üzerine düşen görev çok yüksek. Çünkü yeni nesil e sporu tanıyıp ya da tanımasa bile merak edip bakarken daha yaşını almış kitle özellikle orta yaş ve yaşlı kitlesi imkanı yok zorlanmadı. Bu sektör artık izlenecek gibi konuşmalar neticesinde bu insanlara da merakını çekebilir merakında çekilmesi tabii ki kitleyi büyümesiyle birlikte her türlü hem maddi hem manevi olarak gücünü arttıracaktır" (G5)

"Özellikle Spor Yöneticiliği ve Rekreasyon bölümleri müfredatlarında yer vermeli. Bu alanlarda öğrenim gören öğrenciler gerek yönetim bilimleri gerekse rekreatif faaliyet alanlarının genişletilmesi açısından önem arz etmektedir." (A1)

"Diğer yandan 2000'li yıllardan itibaren espor kavramını içeren yayınlar çıktığını görmekteyiz. Bunun önemi büyük. Bir kavramın bir toplumda oturup oturmadığını yada toplumdaki öneminin ortaya çıkartılmasında onunla ilgili yapılan çalışmalarda önemli bir referanstır. Bu bağlamda hem akademik camiada hemde akademik olmayan yazılı ve görsel yayınlarda yoğun şekilde kullanıldığını görüyoruz" (A2)

"Her yaş grubuna özel, oynanması veya uzak durulması gereken içerikler, tıpkı televizyon gibi, belirlenmeli ve regüle edilmeli. Federasyon bunun için çalışmalara devam ediyor. Türkiye'nin kendi sosyo-ekonomik koşullarına göre çalışmalar yapılmalı. Buraya akadmeinin ciddi bir destek vermesi gerekli. İnaniyorum ki bilimsel saha çalışmaları yükseköğretim kurumlarınca desteklenecektir." (A2)

"Espor bir spordur. Herkesten önce spor bilimcinin çalışması gereken bir alan. Ekonomisi, pazarlaması, iletişimi, fizyolojisi ile aktif olunması gerekne bir alan. Elbette ki multidisipliner çalışmalar günümüzde yaygın. Diğer alanlar ile ortaklaşa araştırmalar yapmakta alanı geliştirecektir. Özellikle yeni nesil araştırmacıların teknoloji ve espora ilgi duymaları yaşamış oldukları çağ sebebiyle çok önemli." (A2)

"Bununla alakalı araştırmaların arttırılması gerekir. Oyun oynayanların, fizyolojik, psikolojik, ruhsal ve davranışsal dışa vurumları araştırılıp, aslında esporun profesyonel bir olgu olduğu iyice belirtilmelidir. Yanlış bilinenler doğru yollarla anlatmak gerekir." (Y3)



SONUÇ

Tartışma

Espor turnuvaları, profesyonel oyuncuların bir araya gelerek rekabet ettikleri etkinliklerdir. Bu turnuvalar genellikle büyük bir izleyici kitlesi tarafından takip edilmektedir ve genellikle farklı oyun türleri üzerinde düzenlenmektedir. Turnuvalar genellikle belli bir süre boyunca devam eder ve genellikle birincilik için yüksek bir ödül havuzu bulunmaktadır. Oyuncular, becerilerini sergilemek ve takımlarıyla birlikte başarı elde etmek için bu turnuvalara katılırlar. Espor turnuvaları, yıl boyunca düzenlenmekte ve bu etkinlikler oyuncular, takımlar ve izleyiciler için heyecan verici bir deneyim sunmaktadır. (Yıldırım ve Tamer, 2022)

Ulusal turnuvalar, bir ülke içinde yer alan oyuncuların ve takımların katıldığı espor etkinlikleridir. Bu turnuvalar genellikle belli bir oyunun ulusal seviyede en iyi oyuncularını bir araya getirir ve birincilik için rekabet edilir. Ulusal turnuvalar, oyuncuların yeteneklerini göstermeleri, deneyim kazanmaları ve ulusal çapta takdir edilmeleri için önemli bir platform sunmaktadır. Bu turnuvalar genellikle büyük bir izleyici kitlesi tarafından takip edilir ve oyun endüstrisi içinde büyük bir etki yaratır. (Ergin, 2023)

Uluslararası turnuvalar, farklı ülkelerden gelen oyuncuların ve takımların katıldığı espor etkinlikleridir. Bu turnuvalar, dünya çapında en iyi oyuncuları bir araya getirir ve genellikle büyük bir itibara sahiptir. Oyuncular, takımlarını temsil ederek farklı ülkeler arasında rekabet ederler. Uluslararası turnuvalar bir ülke için prestijli bir kazanç olduğu gibi oyuncular ve takımlar için büyük bir ödül havuzu da sunar. Bu etkinlikler, esporda çeşitlilik ve kültürlerarası etkileşimi teşvik eder.

Önemli espor turnuvaları, genellikle yüksek bir itibara ve izleyici kitlesine sahip olan büyük ölçekli etkinliklerdir. Bu turnuvalar, genellikle oyun endüstrisinde büyük bir etkiye sahip olan farklı oyunlar için düzenlenir. Önemli espor turnuvaları arasında League of Legends Worlds, Dota 2 The International, Counter-Strike: Global Offensive Major Championships gibi etkinlikler bulunmaktadır. Bu turnuvalar, profesyonel oyuncular için önemli bir kariyer fırsatı oluştururken oyunculara ve takımlara büyük bir ödül havuzu sunar. Ayrıca, önemli espor turnuvaları, oyuncuların ve izleyicilerin heyecanını artıran büyük bir atmosfer ve rekabet ortamı sunar. (Çetin, 2023)

Espor endüstrisi, son yıllarda büyük bir ekonomik potansiyel ortaya çıkarmıştır. Pazar büyüklüğü hızla artmaktadır ve tahminlere göre 2023 yılında 1 milyar doları aşması beklenmektedir. Esporun ekonomik etkisi sadece oyun satışlarından gelmekle kalmaz, aynı

zamanda sponsorluklar, reklamlar, yayın hakları ve etkinlik organizasyonlarından da gelir sağlar. Bu endüstri, birçok şirket ve marka için çekici bir pazarlama fırsatı sunmaktadır ve bu nedenle birçok işletme espora yatırım yapmaktadır. Espor endüstrisinin ekonomik büyümesi, gençler arasında popülerlik kazandıkça ve dünya çapında takipçi kitlesi arttıkça hızlanmaktadır. Espor, global ekonomiye pozitif bir etki sağlayarak istihdam yaratma, turizmin canlanması ve yeni iş fırsatlarının ortaya çıkmasına katkıda bulunmaktadır. (Koç, 2023; Ermiş and Dereceli, 2023)

Espor pazarı, oyun endüstrisiyle birlikte hızla büyüyen bir sektördür. Oyuncular arasında büyük bir popülerlik kazanan esporda, hem profesyonel sporcular hem de amatör oyuncular yer almaktadır. Pazar, oyun ekipmanları, oyun içi satın almalar, biletler, yayın hakları ve sponsorluklar gibi birçok farklı gelir kaynağından oluşmaktadır. Espor pazarının büyümesi, oyun endüstrisindeki teknolojik gelişmelerle birlikte gerçekleşmektedir. Mobil oyunlar, e-sporun popülerliğini artıran bir faktör olmuştur ve bu da pazardaki büyümeyi desteklemiştir. Espor pazarının geleceği oldukça parlaktır ve bu sektörde yer alan şirketler için büyük fırsatlar sunmaktadır. (Uğur, 2023)

Espor, sponsorluk ve reklam açısından oldukça cazip bir alan haline gelmiştir. Birçok marka ve şirket, espora yatırım yaparak genç hedef kitlesiyle bağlantı kurmayı hedeflemektedir. Espor etkinliklerine sponsor olan şirketler, markalarını ve ürünlerini geniş bir kitleye tanıtabilir ve marka bilinirliğini artırabilir. Ayrıca, esporda yer alan profesyonel takımlar ve oyuncular, sponsorluk anlaşmaları sayesinde gelir elde edebilir. Reklam da esporda önemli bir gelir kaynağıdır. Yayın haklarının satışı ve dijital platformlarda reklam yayınlanması, esporda reklamcılığın etkili bir şekilde kullanılmasını sağlamaktadır. Esporun reklam ve sponsorluk potansiyeli hızla artmaktadır ve bu da ekonomik büyümenin en önemli unsurlarından biridir. (Eğüz, 2022)

Espor, ekonomiye olumlu bir etki yaparak birçok farklı alanda iş fırsatları yaratmaktadır. Yükselen espordaki profesyonel oyuncular ve organizasyonlar, istihdam imkanları sunmaktadır. (Kilci, 2022) Aynı zamanda, esporda yer alan şirketler ve ekipman üreticileri, sektörün büyümesiyle birlikte büyük bir gelir elde etmektedir. Espor turnuvaları ve etkinlikleri, turizm sektörünün canlanmasına katkıda bulunmaktadır. (Gedik, 2022) Yurt dışından ve yerel olarak düzenlenen uluslararası turnuvalar, birçok turisti çekmekte ve destinasyon ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır. Ayrıca, esporda yapılan yatırımlar ve harcamalar, ekonomik büyümenin bir göstergesi olarak da değerlendirilebilir. Türkiye'de espora yapılan yatırımların artmasıyla birlikte, ekonomideki büyüme ve istihdam potansiyeli artmaktadır. (Kartal, 2020)

Dijital dünya her geçen gün hayatımıza daha fazla sirayet etmekte, etkilemekte ve geri dönülmez bir şekilde sektörlerde yerini sağlamlaştırmaktadır. (Sadakaoğlu vd., 2020) Sosyalleşmenin ve yarışın dijital ortamlara taşındığı günümüzde her geçen gün artan, bilhassa teknoloji içerisinde doğan neslin alışkanlıkları ve ilgi alanlarıyla daha da güçlenen bir yapı görmekteyiz (Sabri vd., 2020). Sektörler ve bağlantılı olarak pazarlama birimleri, değişen ve gelişen bu tarafa uyumlanmaya çalışmaktadır. Ulaşılabilir teknolojiler ile beraber her kesim ve kitlenin ilgi alanları dijitalleşmeye başlamıştır. Teknolojik gelişimlerin sonunu hayal bile edemediğimiz bu çağda, dijital ortamlardan soyutlamak neredeyse imkansız bir hal almaya devam etmektedir. (Özdemir; Dönmez vd., 2021)

Spor, tüm kitleleri bir araya getirme ve kültürel dönüşüm oluşturma yanısıra ciddi bir ekonominin de konuşulduğu sektördür. Spor yalnızca branşların ve profesyonel rekabet ortamlarının değil aynı zamanda kitlenin serbest zaman değerlendirme amacıyla yer aldığı bir taraftır. (Hale; Demir ve Bacak) Serbest zaman değerlendirme araçları her geçen gün dönüşmekte ve devinimselleşmektedir. Geçmişte sadece taraftar özelliği ile herhangi bir takım veya oluşumun dijital bir alanda pasif bir katılımcısı olan birey teknolojinin gelişimiyle kişinin bizzat içerisinde bulunabileceği bir hale dönüşmüştür. Hal bu ki dijital rekreasyon gitgide daha da popülerleşmekte ve öngörülemeyen birçok avantajı sunmaya devam edeceği düşünülmektedir (Saiz-Alvarez vd., 2021; Summerley, 2020).

Yönetim bağlamında ortaya çıkan elektronik spor kavramı yeni bir pazarın oluşmasına ve değerlendirilmesine olanak sağlamıştır. Bilhassa z kuşağı olarak adlandırılan günümüz neslinin yoğun ilgisiyle ve beklentisiyle oyun geliştiricilerin her geçen gün daha da cazibeli ve akış deneyimi yaşatan oyunlar üretmeleri, dijital serbest zamanın içerisinde elektronik spor kavramının güçlendirmiştir (Saiz-Alvarez vd., 2021; Summerley, 2020). Artık bireyler elektronik spor kavramı ve çeşitlerinin farkında birer oyuncu, taraftar, izleyici ve hatta fon sağlayıcı konumundadır (Cranmer vd., 2021; Saiz-Alvarez vd., 2021). Dijitalleşmenin sağladığı imkanlardan biri olarak her evde bir bilgisayarın bulunması ve her kitleye göre bir oyunun üretilmesi rekabetçi bir ortamı oluşturmakta ve sürdürülebilirliği sağlamaktadır (Ryška, 2022; Macey vd., 2022; Meng-Lewis vd., 2022).

2000'lerin başlarından itibaren yoğun bir şekilde hayatımıza giren teknoloji, artık kaçınılmaz olarak spor sektörü içerisinde yer bulmaya başlamıştır (Popović, 2023). Elektronik spor kavramıyla beraber rekabetçi ortamın profesyonelleşmesi, oyun üreticilerinin bireysel veya takım olarak yarışaabilecekleri ortam ve tesisleri oluşturmaya motive etmiştir. (Hedlund vd., 2020) Son 10 yılda ciddi yatırımlarla hayatımıza giren elektronik spor, bilhassa pandemi ve kapanma süreçlerinde ciddi bir opsiyon yaratmış ve farkındalığını arttırmıştır

(Yuzyk and Seidner, 2022; Zhou, 2024). Bireyler fiziksel bir sosyal hayattan uzak kalmış ancak dijital araçlar vasıtasıyla sanal ortamda sosyalleşme ve hatta yarışma şansı yakalamışlardır (Popović, 2023; Macey vd., 2022). Olağanüstü bir durumda bir sektörün olağan ve tanınır hale gelmesinin en doğru örneği e-spor sektörünün pandemi dönemindeki yükselişi olabilir. (Popović, 2023)

Bu çalışmanın amacı oyun sektörü aktörleri ve yetkilileri açısından konvansiyonel sporlardan ayrılan, modern oyun ve spor olarak değerlendirilen elektronik sporun kapsamlı değerlendirilmesini ve bu öneriler vasıtasıyla Türkiye özelinde uyarlanabilir önerilerin sunulmasıdır. Çalışma kapsamında takım sahipleri takım yöneticileri, yönetim kadrolarındaki elektronik spor erkleri, antrenörler ve sporcular ile görüşmeler yapılmıştır. Seçilen örneklem bizatihi sistem içerisinde varlığını sürdüren, yorumlama gücüne sahip olan, yönetsel manada süreçlere hakim olan bireylerden seçilmiştir. Nitel araştırmaların felsefesi gereği fenomenolojik yaklaşımlarda direkt olarak fenomenlerden alınan görüşlerin değerlendirilmesi büyük önem arz etmektedir. Nitekim öncesi sırası ve sonrasındaki öngörülerin bu aktörler vasıtasıyla daha net açıklanabileceğini düşünülmektedir. Sistemde var olan ve bu sistemdeki kariyerlerini sürdürmeyi düşünen bireylerin konu hakkındaki objektifliği bu çalışmada önemsenmiştir. Örneklemin geniş tutulması ve çeşitgenlik göstermesi bu çalışmadan farklı fenomenlerin ortak görüşlerin noktasında fikir sağlayacaktır.

Çalışmanın amacına uygun olarak geliştirilen ve uzman görüşüne sunulan sorularda, sistem içerisinde yer alan herkesin cevap verebileceği veya fikir geliştirebileceği alanlar tercih edilmiştir. İlk olarak dünyada ve ülkemizde modern spor olarak geçen ve oldukça yeni bir kavram olan, üzerinde hala tartışmalar süren elektronik spora katılımcıların yönelim sebebi sorgulanmıştır. Bu bağlamda ortak görüşler elektronik spor alanının yeni imkanlar doğurduğunu, spor ekosistemi açısından gelişmekte olan olarak değerlendirildiğini ve özellikle z kuşağı başta olmak üzere yoğun bir ilginin var olduğuna dikkat çekmektedir. İmkanlar başlığı ele alındığında gittikçe gelişen ve ülkemizde artık Gençlik Spor bünyesinde bir federasyon olarak yer alan elektronik sporun dijitalleşen dünyada yeni fırsatlar sunacağı muhakkaktır. Aynı zamanda ülkemizde ve dünyada giderek artan bir elektronik sistem rekabet ortamı söz konusudur. (Myers vd., 2024; Saiz-Alvarez vd., 2021; Cuesta-Valiño vd., 2022) Bu rekabet ortamlarının var olması, spor pazarlaması ve spor yönetimi açısından yeni bir pasta payı oluşturmaktadır. Bilhassa takipçiler tarafından bu tür rekabet ortamlarında gerçekleştirilen ürün yerleştirmeler, sporcuların eğilimleri ve tercihleri, bu alanda yapılan yatırımlar oldukça yoğun bir ilgiyle takip edilmektedir. (Scholz, 2024) Bunun yanında bu alanın rekreatif olarak da değerlendirilmesi gerektiğine inanılmaktadır. Elektronik spor

temelinde dijital oyunlara dayanan profesyonel anlamda değerlendirildiğinde ciddi bir ekonomiye sahip olan bir alandır. Dijital oyun temelinde ulaşılabilir teknolojiler tüm nesilleri uygun oyun oluşturmada oyun sağlayıcılarını motive etmektedir (Newman vd., 2022; Johnson ve Woodcock, 2018). Oyun üreticilerinin sürekli geliştirme ve üretme odaklı politikaları talepler doğrultusunda şekillenmektedir. Bu taleplerin artması veya değişkenliği elektronik spor ortamlarındaki farkındalıkla desteklenmektedir. Birey tanıdığı bir şeyin sürekli gelişmesini, değişmesini veya güncellenmesini talep etmektedir. Elektronik sporların kökenini oluşturan dijital oyunlarda bu bağlamda değerlendirilmektedir. Aynı zamanda konvansiyonel sporlarda olmayan ancak elektronik sporda sürekli olarak gerçekleşen oyun güncellemeleri çok ciddi ar ge yatırımlarını getirmektedir. Bu yatırımlarla sürekli gelişen oyunlar merak uyandırmakta ve sürekli gelişen bir alan olarak elektronik sporu değerlendirmemize olanak sağlamaktadır. (Şimşek, 2023; Gözükcük, 2020) Ayrıca yapılan araştırmalar ve yayımlanan raporlar elektronik spora yönelik ilginin her geçen gün arttığını belirtmektedir (Güleryüz vd., 2020). Özellikle Türkiye Elektronik Spor Federasyonu'nun kurulması akabinde hem çok ciddi eleştiriler hem de çok ciddi bir farkındalık yaratılmıştır. (Cuesta-Valiño vd., 2022; Çavuş, 2020) Bu artık elektronik sporun hayatımızda olduğunu, devlet erkleri tarafından kabul edildiğini, buna bağlı olarak da yarışmaların legalleşme sürecinin başladığını kanıtlamaktadır. Bu süreç halihazırdaki etkiyi reel bir ortama taşıyarak ilginin artarak çoğalmasını sağlamıştır (Cuesta-Valiño vd., 2022). Covid 19 döneminde elektronik sporun yükselmesi hızlanmıştır. Kapanma ve sosyal izolasyon bireyleri yeni alternatifler bulmaya ve bununla oyalanmaya itmiştir. (İçen, 2022) Bu dönemde en ulaşılabilir ve birey uzaktan bile olsa takımlarını oluşturabildiği yarışmaların yapılabildiği izleyici olarak katılabilen elektronik spor ön plana çıkmış ve farkındalığını arttırmıştır. Bu dönemde spor yönetiminde pazarlama reklam tanıtım gibi önemli aşamalar elektronik sporlar üzerinden gerçekleşmiştir. Dolayısıyla söylenebilir ki elektronik spor pazarının imkanları her geçen gün artacak buna bağlı olarak da rekabet ortamlarıyla beraber ilgi artacak ve gelişmeye devam edecektir.

Elektronik spora yönelme sebepleri sorgulandıktan sonra Türkiye özelinde nasıl bir gelişim gösterdiği yine aktörler nezdinde değerlendirilmiştir. Ortaya çıkan kodlar belli aşamalarla elektronik sporun geliştiği ve hala gelişmekte olduğunu ortaya koymuştur. Katılımcılar özellikle gelişme sebebinin kuşak farkına, teknolojik gelişmelere, ve ön yargılarına bağlamışlardır. Kuşaktan doğan yeni ilgi ve eğilimlerin günümüzde çok fazla kültürel değeri değiştirdiğine veya modernleştirdiğine şahit olmaktayız. Artık reddedilemeyecek düzeyde olan teknoloji kullanımının özellikle 2000 yılı sonrasına da doğan neslin vazgeçilmezidir ve bu nesil yoğunluklu olarak dijital ortamlarda vakit geçirmektedir.

Bu vaktin belli bir yoğunluğa dijital oyunlar ve elektronik spor taşımaktadır. Dolayısıyla kuşağa bağlı olarak ve gelecek nesillerin direkt olarak teknolojinin içine doğacak olması elektronik sporlara ilgiyi muhakkak ki artıracaktır. Metaverse evrenini konuştuğumuz şu dönemde ve sanal gerçeklik gözlüklerinin ve uygulamalarının artarak yaygınlaştı günümüzde elektronik sporun tamamen kuşak ve kullanım becerilerine bağlı olarak gelişeceği söylenebilir. Aynı zamanda kuşağın ilgi alanlarının değişmesi konvansiyonel araçlara veya sporlara alışkın olan nesil için doğal bir önyargıya sebep olmaktadır. Bu önyargı bilhassa dijital araçlar ve kullanım yoğunluğuyla alakalıdır. Bu araçların yoğun kullanımının küçük yaşlarda oluşturabileceği zihinsel ve ileri yaşlarda oluşturabileceği fiziksel deformasyon ilgi çekici ve korkutucudur. Bunun farkındalığıyla birey yetiştiren ebeveynler veya çevreler elektronik spor veya dijital oyunlara karşı ön yargı geliştirmektedirler. Ancak bunun yanında nesil ile beraber maruz kaldıkları dijital araçlar ve oyunlar önyargıya bağlı olarak bir konu hakkında fikir edinmeleri için mecbur kalmalarına sebep olmuştur. Ve bu durum doğal bir farkındalık yaratmıştır. Önyargı ve çevresel etki espora olan ilginin, eğilimin, becerinin ve bu alandaki sporcu gelişiminin önünde büyük engellerdendir. Türkiye spor federasyonunun Milli Eğitim Bakanlığı ile yaptığı anlaşmadaki farkındalık geliştirme kısmı, her şeyin fazlasının zararlı olacağını bildiğimiz gibi elektronik sporlar araçlarıyla da fazla ilgilenmenin zararlı olacağına ve buna yönelik belli önlemler alınması gerektiğini aslında kanıtlamaktadır. Bu tür protokollerle beraber hem ailelere hem de küçük yaş gruplarına verilecek eğitimlerin önyargıları kırmada ve çevresel baskılarla baş etmede etkin bir rol oynayacağı düşünülmektedir. Espora ilgi temasının bir alt kodu olan köklü kulüplerin sektörü girişi elektro elektronik spor sektörünü çok ciddi etkileyen bir faktördür. Köklü kulüplerden anlaşılması gereken konvansiyonel sporlarda kendini kanıtlamış ve yarışmaya devam eden başarılı kulüplerin elektronik spor alanına deneyimsel pazarlama bakış açısıyla giriş yapmaları bu alana olan farkındalığı artırmıştır. Aynı zamanda halihazırdaki taraftar kitlesinin bu alanda da takımlarını destekleyebilme imkanı sunulmuştur. Bir bakıma bu kulüplerin elektronik spor alanına yaptıkları yatırım legalleşme ve regülasyon süreçlerini hızlandırdı denilebilir. Bu tür yatırımlarla beraber bu alana olan güven ve önyargıların kırıldığı düşünülebilir. Pandemi ile beraber birçok kulübün kendi bünyesinde veya startup girişimlerle açıldığını görüyoruz. Şüphesiz ki bu girişimleri destekleyen ve motive eden köklü kulüplerin yaptıkları yatırımlardır. Bu yatırımlar süreklilik için güven vermektedir.

Bu temayla bağlantılı olarak yine sorulan gelişim aşamaları ve nedenleri sorgulamasından katılımcılar sebeplerini öncelikle yeni bir alan arayışı olarak değerlendirebileceğimiz geleneksel sporlardan uzaklaşma şeklinde belirtmişlerdir. Geleneksel

sporlar dijitalleşmeyle beraber her branşta olmasa da belli branşlarda popülerliğini yitirmeye başlamışlardır. Hem yatırım anlamında hem de pazarlama açısından artık cazibeli halde değildirler. Bireyler yorulmak veya istemedikleri bir branşta gelişmek yerine, belli becerilerini geliştirebilecekleri elektronik spor alanında yer bulmayı önemli bulmuştur. Bireylerin geleneksel sporlardan uzaklaşması ve artık cazip bulunmamasının bir sebebi olarak yine dijitalleşme ve hep dijital rekreasyon alanlarına kayma değerlendirilebilir. Bu durum sosyalleşme ve iyi olma halini ciddi derecede etkileyecek bir tutumdur. Bu tutumun mutlak ölçüde eğitim veya farkındalık çalışmalarıyla dengelenmesi gerekmektedir. Çünkü bir başka alt başlığımız olan nüfusun ilgisi yine gelişim aşamaları ve nedenler içerisinde yer almaktadır. Yeni neslin ve nüfusun yoğunluğu düşünüldüğünde dijital dünya var oldukça elektronik sporların da var olacağı söylenebilir. Genç nüfusun ilgisi birçok ülkeden daha hızlı bir şekilde aksiyon almamızı ve yasal düzenlemelerin oluşmasını ülkemizde sağlamıştır. Genç nüfusun ilgisini fark eden diğer sektörler popülaritesini ve satış oranlarını artırmak için bu nüfusa hitap eden ürünlerin yerleştirilmesine, elektronik sporun rekabetçi ortamı sayesinde gerçekleştirmektedir. Hem kitle iletişim araçlarının desteği hem de gençler arasındaki yoğun sosyal medya uygulamalarının kullanılması popülarliğe katkı sağlamaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Sonuç olarak; E-spor'un muhtemel gelişimi göz önüne alındığında, bilimsel bağlamda multidisipliner çalışma alanlarını ilgilendirmektedir. Spor, teknoloji, sosyoloji, psikoloji, çevre psikolojisi, antropoloji ve benzeri alanların ortak bir yapıda çalışması ve elektronik sporcuların gelişimsel süreçlerinin izlenmesi gerekmektedir. Diğer yandan rekreatif değerinin öne çıkması ve bireysel ve toplumsal etkisi düşünüldüğünde, alınması gereken önlem ve uygulamalar belirlenmelidir.

E-Spor'un spor olarak benimsenip benimsenmeyeceği konusunda, sporun doğası ve tarihsel tanımları hakkında bir anlayışın önemli olduğu görülmektedir (Goodale, 2003). E-Spor'un, oyun ve rekabet içermesi, kurallara göre düzenlenir olması, beceri gerektirmesi ve geniş bir izleyici kitlesine sahip olmasına rağmen fiziksellik ve kurumsallaşmada önemli eksiklikleri olduğu belirtilmektedir. Günümüzün popüler E-Spor formunu oynamak için yüksek miktarda fiziksellığe gerek duyulmamaktadır ve modern sporun özelliklerinin sadece birkaçını veya çoğunluğunu içinde barındıran bir olgunun spor olarak değerlendirilebilecek bir faaliyet olması gerektiği savunulmaktadır. Ancak, gelecekte E-Spor'a yüksek miktarda fiziksellığe sahip olan aktif video oyunları dahil edilirse, bu, E-Spor'ların genel popülasyon tarafından "spor" olarak kabul edilmesi için çok daha fazla güven sağlayabilir (Faust vd., 2013).

Çalışmanın sonuçlarına istinaden değerlendirmeler tüm aktörler ve çevresel faktörler ele alınarak önerilendirilmiş ve izleyen şekilde sunulmuştur.

Sporcular:

- Profesyonel olmak için gereken disiplini ve çalışma etiğini sergilemeli.
- Sağlıklarını ön planda tutarak düzenli egzersiz yapmalı ve dengeli bir yaşam tarzı sürdürmelidir.
- Fair play ilkelerine bağlı kalarak dürüst rekabeti teşvik etmeli.
- Genç oyunculara mentorluk yaparak deneyimlerini paylaşmalıdır.

Akademisyenler:

- Esportun akademik araştırmalarını yapmalı ve bu alanın bilgi birikimini artırmalı.
- Esportun psikolojik, fizyolojik ve sosyolojik etkileri üzerine çalışarak bilimsel verilere dayalı öneriler sunmalı.
- Gençler arasında sağlıklı oyun alışkanlıklarını teşvik eden eğitim programları geliştirmeli.

Yöneticiler ve Organizatörler:

- Esport organizasyonları ve turnuvaları düzenlemeli ve bu etkinliklerin profesyonelce yönetilmesini sağlamalı.
- Altyapı ve tesislerin geliştirilmesi için kaynak sağlamalı ve gerekli destekleri sunmalı.
- Gençler arasında esportun yaygınlaşması için kampanyalar düzenlemeli ve farkındalığı artırmalı.

Ebeveynler ve Eğitimciler:

- Çocukların ve gençlerin esportu sağlıklı bir şekilde deneyimlemelerini sağlamak için rehberlik yapmalı.
- Dengeyi korumak için oyun sürelerini ve içeriklerini denetlemeli.
- Esportu sadece bir hobi olarak görmeyip, potansiyel bir kariyer fırsatı olarak da değerlendirmeli.

Medya ve Sosyal Platformlar:

- Esportu olumlu bir şekilde temsil eden içerikler üretmeli ve yayınlamalı.
- Esport etkinliklerini ve başarıları geniş kitlelere duyurarak popülerliğini artırmalı.
- Sağlıklı oyun alışkanlıklarını teşvik eden kampanyalara destek vererek bilinçliliği artırmalı.

Sivil Toplum Kuruluşları:

- Esportun toplumsal etkilerini incelemeli ve bu alanda projeler geliştirmeli.
- Gençler arasında dijital oyun bağımlılığına karşı bilinçlendirme çalışmaları yapmalı.
- Esportun dezavantajlı gruplar arasında da erişilebilir olmasını sağlamak için çaba göstermeli.

GSB E-Spor raporunda da görüldüğü gibi ülkemizde hızla yaygınlaşan e-spor alanında yapılacak eylem ve öneriler şöyle sıralanıyor:

- Ülkemizin mevcut ve gelecekteki araştırmalarını diğer ülkelerde yürütmek üzere bir an önce akademik birim kurulmalıdır.
- Yerli oyun ve hizmet üretimini destekleyecek sponsorluk ve ortaklık faaliyetleri düzenlenmelidir.
- Mevzuat çalışmaları düzenlenmelidir.
- Ebeveyn eğitimleri düzenlenmeli ve yetişkinler bu eğitim aracılığıyla elektronik sporlar konusunda bilgilendirilmelidir.
- Çeşitli ulusal alt derneklerle ortak araştırmalar yapılmalıdır.
- Üniversiteler ve sporcular ortak burs ve antrenman programlarıyla desteklenmelidir.
- Ülkemizin bu alanda sağlıklı büyüyebilmesi ve küresel bir oyuncu haline gelebilmesi için araştırmalar yapılmalıdır.
- İnternet bağlantı altyapımız ile rekabet etme şansımız yok. Oyunlar ve yayınlar için yeterli değil. Etkin bir altyapının oluşturulması için gerekli iyileştirmeler yapılmalıdır.
- Oyunculuk, hakemlik, antrenman, yayın ve analiz, doping, mikroişlemler, takım oluşturma, disiplin, müsabaka düzenleme ile ilgili gerekli tüm konularda genel ve gerekli kurallar oluşturulmalıdır.
- E-spor oyunları için milli takımlar oluşturulmalıdır.
- Alanında başarılı, spor ahlakına sahip oyuncular gelecek nesillere rol model olarak desteklenmelidir.

Çoğunlukta olan ve günlerini bilgisayarda video oyunları oynayarak geçiren Esport oyuncularını bunnları yapmalıdır. Fiziksel aktivite için önerilen haftalık katılım sürelerine ulaşmak için yönlendirilmeli ve motive edilmelidir.

KAYNAKÇA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity Capitalizing On The Value Of A Brand Name*. New York: The Free Press.
- Akın, E. (2008). *Elektronik Spor: Türkiye’deki Elektronik Sporcular Üzerine Bir Araştırma* Master’s Thesis, Anadolu Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Aktuna, H. C., & Ünlüönen, K. (2017). Yeni Bir Turizm Çeşidi Olarak Elektronik Spor Turizmi. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 2(2017), 1-15.
- Andrews, G., & Murphy, K. (2006). Does Video Game Playing Improve Executive Functioning? In M. A. Vanchevsky (Ed.), *Frontiers In: Cognitive Psychology* (Pp. 145–161). Hauppauge, Ny: Nova Science Publishers.
- Arabacı, H. K. (2018). Lisansüstü Tez Araştırmalarında Sosyoloji Öğrencilerinin Bilimle Yüzleşme Ve Araştırma Süreci Pratikleri, Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan üniversitesi, Konya.
- Argan, M., & Akın, E. (2007). Elektronik Spor; Özellikleri, Kavram Ve Uygulamalarına Yönelik Kuramsal Çerçeve. *Akdeniz 4. Uluslararası Spor Bilimleri Kongresi Bildiri Kitabı*, 9-11 Kasım, Antalya.
- Argan, M., Özer, A., & Akın, E. (2006). Elektronik Spor: Türkiye’deki Siber Sporcuların Tutum Ve Davranışları. *Spor Yönetimi Ve Bilgi Teknolojileri Dergisi*, 1(2), 1306-4371.
- Ballard, M., Gray, M., Reilly, J., & Noggle, M. (2009). Correlates Of Video Game Screen Time Among Males: Body Mass, Physical Activity, And Other Media Use. *Eating Behaviors*, 10(3), 161-167.
- Biddiss, E., & Irwin, J. (2010). Active Video Games To Promote Physical Activity In Children And Youth: A Systematic Review. *Archives Of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 164(7), 664-672.
- Boot, W. R., Kramer, A. F., Simons, D. J., Fabiani, M., & Gratton, G. (2008). The Effects Of Video Game Playing On Attention, Memory, And Executive Control. *Acta Psychologica*, 129, 387–398.
- Borowy, M., & Jin, D. Y. (2013). Pioneering E-Sport: The Experience Economy And The Marketing Of Early 1980s Arcade Gaming Contests. *International Journal Of Communication*, 7, 2254-2274.
- Castronova, E. (2005). *Synthetic Worlds: The Business And Culture Of Online Games*. Chicago, Il: The University Of Chicago Press.

- Coşkun, E., & Öztürk, M. C. (2016). Steam Dünyası: Dijital Oyun Bloglarına Yönelik Bir Değerlendirme. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(2), 678-702.
- Cranmer, E. E., Han, D. I. D., Van Gisbergen, M., & Jung, T. (2021). Esports Matrix: Structuring The Esports Research Agenda. *Computers In Human Behavior*, 117, 106671. [Mmu.Ac.Uk](https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.106671)
- Crawford, G., & Gosling, V. K. (2009). More Than A Game: Sports-Themed Video Games And Player Narratives. *Sociology Of Sport Journal*, 26(1), 50-66.
- Creswell, Jw., Hanson, We., Clark Plano Vl, Morales, A. (2007). Qualitative Research Designs: Selection And Implementation. *The Counseling Psychologist*, 35(2), 236-264
- Cuesta-Valiño, P., Gutiérrez-Rodríguez, P., & Loranca-Valle, C. (2022). Sponsorship Image And Value Creation In E-Sports. *Journal Of Business Research*, 145, 198-209. [Sciencedirect.Com](https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.04.011)
- Daley, A. J. (2009). Can Exergaming Contribute To Improving Physical Activity Levels And Health Outcomes In Children? *Pediatrics*, 124(2), 763-771.
- Dey, I. (2003). *Qualitative data analysis: A user friendly guide for social scientists*. Routledge.
- Difranco-Donoghue, J., & Balentine, J. R. (2018). Collegiate E-Sport: Where Do We Fit In? *Current Sports Medicine Reports*, 17(4), 117-118.
- Dönmez, E., Kaya, E., & Yıldız, K. (2021). 21. Yüzyıl Yaz Olimpiyat Oyunlarında Teknoloji Kullanımı Üzerine Bir İnceleme. *Ulusal Spor Bilimleri Dergisi*. [Dergipark.Org.Tr](https://doi.org/10.1501/USBD_0000000000000000)
- Eğüz, E. B. (2022). Video Oyunları İçerisindeki Ürün Yerleştirmeler (Gamevertising) Üzerine Bir İçerik Analizi. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. [Dergipark.Org.Tr](https://doi.org/10.1501/USBD_0000000000000000)
- Ekiz, D. (2003). *Eğitimde Araştırma Yöntem Ve Metotlarına Giriş*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Foley, L., & Maddison, R. (2010). Use Of Active Video Games To Increase Physical Activity In Children: A (Virtual) Reality? *Pediatric Exercise Science*, 22(1), 7-20.
- Flick, U. (2014). Mapping the field. *The SAGE handbook of qualitative data analysis*, 1, 3-18.
- Fraenkel, Jr, Wallen, Ne, Hyun, Hh. (2012). *How To Design And Evaluate Research In Education* (8th Ed.). New York: Mcgram-Hill Companies.
- Gao, Z., Chen, S., Pasco, D., & Pope, Z. (2015). A Meta-Analysis Of Active Video Games On Health Outcomes Among Children And Adolescents. *Obesity Reviews*, 16(9), 783-794.

- Gedik, Y. (2022). Bir Oyundan Daha Fazlası: Spor Pazarlaması Avantajları, Zorlukları Ve Stratejileri Üzerine Kavramsal Bir Değerlendirme. *Yeni Medya Elektronik Dergisi*. Dergipark.Org.Tr
- Graf, D. L., Pratt, L. V., Hester, C. N., & Short, K. R. (2009). Playing Active Video Games Increases Energy Expenditure In Children. *Pediatrics*, 124(2), 534-540.
- Griffiths, M. D. (2010). The Role Of Context İn Online Gaming Excess And Addiction: Some Case Study Evidence. *International Journal Of Mental Health And Addiction*, 8, 119–125.
- Griffiths, M. D. (2011). Workaholism: A 21st Century Addiction. *The Psychologist: Bulletin Of The British Psychological Society*, 24, 740-744.
- Guttmann, A. (1978). *From Ritual To Record*. New York: Columbia University Press.
- Güteryüz, S., Esentaş, M., Yıldız, K., & Güzel, P. (2020). Sosyal İzolasyon Sürecindeki Bireylerin Serbest Zaman Değerlendirme Biçimleri: Sosyal Medya Kullanım Amaçları İle Sosyal Medya Bağımlılığı İlişkisinin İncelenmesi. *Focuss Spor Yönetimi Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 31-45. Dergipark.Org.Tr
- Hale, K., Rekreasyon ve Spor Endüstrisi. Dr. Öğr. Üyesi Efecan Tezcan. [Researchgate.Net](https://www.researchgate.net)
- Hamari, J., & Sjöblom, M. (2015). What İs E-Sports And Why Do People Watch It? *Internet Research*, 27(2), 211-232.
- Haskell, W. L., Lee, I. M., Pate, R. R., Powell, K. E., & Blair, S. N. (2007). Physical Activity And Public Health: Updated Recommendation For Adults From The American College Of Sports Medicine And The American Heart Association. *Circulation*, 116(9), 1081-1093.
- Hemphill, D. (2005). Cybersport. *Journal Of The Philosophy Of Sport*, 32(2), 195-207.
- Hong, J. C., & Liu, M. C. (2003). A Study On Thinking Strategy Between Experts And Novices Of Computer Games. *Computers İn Human Behavior*, 19, 245–258.
- Huberman Am, Miles Mb, (1994). Data Management And Analysis Methods. In Nk Denzin And Yk Lincoln (Eds), *Handbook Of Qualitative Research* (pp.428-444). Thousand Oaks, Ca: Sage
- Hutchins, B. (2006). Computer Gaming, Media And E-Sport. In V. Colic-Peisker, F. Tilbury, & B. Mcnamara (Eds.), *Tasa 2006 Conference Proceedings* (pp. 1-9). Perth Wa Australia: Sociological Association Of Australia.
- Jacques, D. N. (2021). Using Maxqda İn Ethnographic Research: An Example With Coding, Analyzing, And Writing. *The Practice Of Qualitative Data Analysis: Research Examples Using Maxqda*, 17-33.

- Jenny, S. E., & Manning, R. D. (2015). Motion-Based Video Game And Authentic Wall/Rock Climbing: Motivations And Perceptions Of Novice Climbers. *International Journal Of Technology In Teaching And Learning*, 11(1), 35-49.
- Jenny, S. E., & Schary, D. P. (2015). Virtual and “real-life” wall/rock climbing: Motor movement comparisons and video gaming pedagogical perceptions. *Sports Technology*, 8(3-4), 100-111.
- Jin, D. Y. (2010). *Korea's Online Gaming Empire*. London: The Mit Press.
- Jonasson, K., & Thiborg, J. (2010). Electronic Sport And Its Impact On Future Sport. *Sport In Society*, 13(2), 287-299.
- Karasar, N. (2002). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler Ve Teknikler*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, And Managing Customer-Based Brand Equity. *The Journal Of Marketing*, 1-22.
- King, D., Delfabbro, P., & Griffiths, M. (2009). The Psychological Study Of Video Game Players: Methodological Challenges And Practical Advice. *International Journal Of Mental Health Addiction*, 7, 555-562.
- Kocadağ, M. (2017). Elektronik Spor Kariyeri Ve Eğitim. *Doğu Anadolu Sosyal Bilimlerde Eğilimler Dergisi*, 1(2), 49-63.
- Kocaömer, C. (2018). *Elektronik Spor Faaliyetlerinde Sponsorluğun Marka Değeri Üzerine Etkisi: League Of Legends Örneği*, Master's Thesis, Ege Üniversitesi.
- Leblanc, A. G., Chaput, J. P., Mcfarlane, A., Colley, R. C., & Thivel, D. (2013). Active Video Games And Health Indicators In Children And Youth: A Systematic Review. *Plos One*, 8(6), E65351. Doi: 10.1371/Journal.Pone.0065351.
- Levent, F. (2009). *Üstün Yetenekli Eğitime Yönelik Görüş ve Politikaların İncelenmesi*. (Doktora tezi). Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Macey, J., Tyrväinen, V., Pirkkalainen, H., & Hamari, J. (2022). Does Esports Spectating Influence Game Consumption?. *Behaviour & Information Technology*, 41(1), 181-197. [Tandfonline.Com](https://doi.org/10.1080/01449297.2022.2088888)
- Maddison, R., Foley, L., Ni Mhurchu, C., Jiang, Y., & Jull, A. (2011). Effects Of Active Video Games On Body Composition: A Randomized Controlled Trial. *The American Journal Of Clinical Nutrition*, 94(1), 156-163.
- Maddison, R., Mhurchu, C. N., Jull, A., Jiang, Y., & Prapavessis, H. (2007). Energy Expended Playing Video Console Games: An Opportunity To Increase Children's Physical Activity? *Pediatric Exercise Science*, 19(3), 334-343.

- Martončík, M. (2015). E-Sports: Playing Just For Fun Or Playing To Satisfy Life Goals? *Computers In Human Behavior*, 48, 208-211.
- Meenaghan, J. A. (1983). Commercial Sponsorship. *European Journal Of Marketing*, 17(7), 5-73.
- Meng-Lewis, Y., Wong, D., Zhao, Y., & Lewis, G. (2022). Understanding Complexity And Dynamics In The Career Development Of Esports Athletes. *Sport Management Review*, 25(1), 106-133. [Open.Ac.Uk](https://open.ac.uk)
- Merriam Sb, (2009). *Qualitative Research: A Guide To Design And Implementation*. San Francisco, Ca: Jossey-Bass.
- Mertens, D. M. (2014). Ethical use of qualitative data and findings. *The SAGE handbook of qualitative data analysis*, 510-523.
- Myers, D., Mohawesh, R., Chellaboina, V. I., Sathvik, A. L., Venkatesh, P., Ho, Y. H., ... & Jararweh, Y. (2024). Foundation And Large Language Models: Fundamentals, Challenges, Opportunities, And Social Impacts. *Cluster Computing*, 27(1), 1-26.
- Neuman, D. (2014). Qualitative research in educational communications and technology: A brief introduction to principles and procedures. *Journal of Computing in Higher Education*, 26, 69-86.
- Newman, J. I., Xue, H., Watanabe, N. M., Yan, G., & Mcleod, C. M. (2022). Gaming Gone Viral: An Analysis Of The Emerging Esports Narrative Economy. *Communication & Sport*, 10(2), 241-270. [Fsu.Edu](https://fsu.edu)
- Newzoo. (2017). *2017 Global E-Sports Market Report*.
- Oh, Y., & Yang, S. (2010). Defining Exergames And Exergaming. *Proceedings Of Meaningful Play*, 1- 17.
- Parry, J. (2018). E-Sports Are Not Sports. *Sport, Ethics And Philosophy*, 1-16. <https://doi.org/10.1080/17511321.2018.1489419>.
- Patton, Mq, (2002). Two Decades Of Developments In Qualitative Inquiry: A Personal, Experiential Perspective. *Qualitative Social Work*, 1(3), 261-283.
- Pine, J., & Gilmore, J. H. (2012). *Deneyim Ekonomisi*. İstanbul: Optimist Yayınları.
- Punch, K.F. (2005). *Sosyal Araştırmalara Giriş: Nicel Ve Nitel Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Rose, J. & Johnson, C. W. (2020). Contextualizing Reliability And Validity In Qualitative Research: Toward More Rigorous And Trustworthy Qualitative Social Science In Leisure Research. *Journal Of Leisure Research*. [Researchgate.Net](https://researchgate.net)

- Ruslin, R., Mashuri, S., Rasak, M. S. A., Alhabsyi, F., & Syam, H. (2022). Semi-Structured Interview: A Methodological Reflection On The Development Of A Qualitative Research Instrument In Educational Studies. *Iosr Journal Of Research & Method In Education (Iosr-Jrme)*, 12(1), 22-29.
- Saiz-Alvarez, J. M., Palma-Ruiz, J. M., Valles-Baca, H. G., & Fierro-Ramírez, L. A. (2021). Knowledge Management In The Esports Industry: Sustainability, Continuity, And Achievement Of Competitive Results. *Sustainability*, 13(19), 10890.
- Schaeperkoetter, C. C., Mays, J., Hyland, S. T., Wilkerson, Z., & Oja, B. (2017). The “New” Student-Athlete: An Exploratory Examination Of Scholarship E-Sports Players. *Journal Of Intercollegiate Sport*, 10(1), 1-2.
- Seo, Y. (2013). Electronic Sports: A New Marketing Landscape Of The Experience Economy. *Journal Of Marketing Management*, 29(13–14), 1542–1560, <http://dx.doi.org/10.1080/0267257x.2013.822906>.
- Suits, B. (2007). The Elements Of Sport. In W. J. Morgan (Ed.), *Ethics In Sport* (pp. 9-19). Champaign: Human Kinetics.
- Superdata. (2017). Esports Market Report: Courtside—Playmakers Of 2017.
- Sokolowski, R. (2000). *Introduction to phenomenology*. Cambridge university press.
- Sween, J., Wallington, S. F., Sheppard, V., Taylor, T., & Lianos, A. A. (2014). The Role Of Exergaming In Improving Physical Activity: A Review. *Journal Of Physical Activity And Health*, 11(4), 864-870.
- Şahin, S. (2010). *Dijital Devrim İle Birlikte Sanatta Mekan, Beden, Algı Değişimi*, Master’s Thesis, Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü.
- Şahin, S. (2015). Dijital Çağ Ve Sanatta Yaratıldığı Dönüşümler. *Kocaeli Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, (Sayı:1).
- Taylor, T. L. (2015). *Raising The Stakes: E-Sports And The Professionalization Of Computer Gaming*. London: The Mit Press.
- Üçüncüoğlu, M., & Çakır, V. (2017). Modern Spor Kulüplerinin E-Spor Faaliyetlerine İlgili Gösterme Nedenleri Üzerine Bir Araştırma. *İnönü Üniversitesi, Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi*, 4(2), 34-47.
- Wagner, M. (2006). On The Scientific Relevance Of E-Sports. In *Proceedings Of The 2006 International Conference On Internet Computing And Conference On Computer Game Development* (pp. 437-440). Las Vegas, Nevada: Csrea Press.
- Welman, J. C., & Kruger, S. J. (2001). *Research methodology for The Business and Administrative Sciences*. Johannesburg, South Africa: International Thompson.

- Witkowski, E. (2012). On The Digital Playing Field: How We “Do Sport” With Networked Computer Games. *Games And Culture*, 7(5), 349-374.
- Yıldırım A., Şimşek H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, Ü. & Tamer, E. T. (2022). Elektronik Spor Turizmi: Elektronik Spor İzleyicileri Üzerine Bir Araştırma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*. 6(3), 728-743.
- Yoo, B., & Donthu, N. (2001). Developing And Validating A Multidimensional Consumer-Based Brand Equity Scale. *Journal Of Business Research*, 52(1), 1-14.
- Yuzyk, M., & Seidner, P. (2022). E-Sports Development. In *Developments In Information & Knowledge Management For Business Applications: Volume 5* (Pp. 615-648). Cham: Springer International Publishing.
- Yükçü, S., & Kaplanoğlu, E. (2018). Uik E-Spor Endüstrisi. *Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi*, (17. Uik Özel Sayısı), 533-550. Doi: 10.18092/Ulikidince.435207.

İnternet Kaynakları

- Baker, C. (2016). Stewart Brand Recalls First Spacewar Video Game Tournament. <http://www.rollingstone.com/culture/news/stewart-brand-recalls-first-spacewar-video-game-tournament-20160525>
- Çavuş, C. Z. (2020). *An Alternative Field In Tourism Geography: Esports Tourism*. Critical Studies In Social Sciences And Humanities. [Bookchapter.Org](http://bookchapter.org)
- Çetin, A. (2023). Kent Markalaşmasında Spor Etkinliklerinin Rolü. Şura Akademi. [Dergipark.Org.Tr](http://dergipark.org.tr)
- Demir, C. & Bacak, B. Bilişim Sektöründe Esnek Çalışanların Sorunları: E-Spor Sektörü Çalışanları Üzerine Bir İnceleme. Academia.Edu. [Academia.Edu](http://academia.edu)
- Ergin, M. V. (2023). E-Spor Sektöründe Marka Değeri, Satın Alma Niyeti, E-Wom Ve Sponsorluk Türü: Aracı Ve Düzenleyici Etkiler Üzerine Bir Araştırma. [\[Html\]](http://html)
- Erişim (2022n): <https://www.maxqda.com/lang/tr>
- Erişim (2023a): https://tr.wikipedia.org/wiki/Uluslararası%C4%B1_E-Spor_Federasyonu#%C3%9cye_%C3%9clkeler Erişim Tarihi 01.04.2023
- Erişim (2023b): <http://yayinlar.gsb.gov.tr/eserdetay/220/e-spor-raporu> Erişim Tarihi: 01.01.2023
- Erişim (2023c): <http://adage.com/article/news/e-sports/308447/> Erişim Tarihi: 04.04.20123

- Erişim (2023d): <https://www.trthaber.com/Haber/Bilim-Teknoloji/Turkiyede-Yukselen-Sektor-E-Spor-404969.html> Erişim Tarihi:04.04.2023
- Erişim (2023e): <http://tesfed.gov.tr/Sayfalar/3073/3072/Hakk%C4%B1m%C4%B1zda.aspx> Erişim Tarihi: 01.01.2023
- Erişim (2023f): <https://www.theguardian.com/Sport/2017/Apr/18/Esports-To-Be-Medal-Sport-At-2022-Asian-Games> Erişim Tarihi:04.04.2023
- Erişim (2023g): <https://www.webtekno.com/Turkiye-E-Spor-Federasyonu-Kuruldu-H45324.html> Erişim Tarihi 15.04.2019
- Faust, K., Meyer, J., & Griffiths, M. D. (2013). Competitive Gaming: The Potential Benefits Of Scientific Study. *International Journal Of Cyber Behavior, Psychology And Learning*, 3(1), 67-76.
- Ermış, S. A., & Dereceli, E. (2023). Sporda İmgeleme Ve Gdlenme. *Spor Bilimleri Alanında Gncel Yaklaşımlar-II*, 65. [Researchgate.Net](https://www.researchgate.net)
- Goodale, G. (2003). Are Video Games A Sport? They May Not Break A Sweat, But These Competitors Say They Are Tomorrow's Athletes. *The Christian Science Monitor*. Retrieved From [Url]
- Gzk, M. F. (2020). Dijital Dnşm Ve Ekonomik Byme. [Yok.Gov.Tr](http://yok.gov.tr)
- Hedlund, D., Fried, G., & Smith, R. (2020). Esports Business Management. [Html]
- İen, M. (2022). The Future Of Education Utilizing Artificial İntelligence İn Turkey. *Humanities And Social Sciences Communications*. [Nature.Com](https://www.nature.com)
- Johnson, M. R. & Woodcock, J. (2018). Work, Play, And Precariousness: An Overview Of The Labour Ecosystem Of Esports. Media. [Open.Ac.Uk](https://open.ac.uk)
- Kabadayı, O. K. (2019). A'dan Z'ye E-Spor. [Url]
- Kartal, M. (2020). Küreselleşme Bağlamında Türkiye'de E-Spor. [161.9.164.68](https://doi.org/10.1619/161.9.164.68)
- Kilci, A. K. (2022). Esportcuların Bilişsel Esneklik Düzeylerinin 21. Yüzyıl Becerilerine Etkisi: Esport Temel Oyun İçi Rollerı zerine Bir Araştırma. [Balikesir.Edu.Tr](https://www.balikesir.edu.tr)
- Koç, F. N. (2023). Dijital Pazarlamanın Metaverse Fenomenine Sunduğu Fırsatlar Ve Sınırlılıklar: Tekstil Sektörü İncelemesi. [Gelisim.Edu.Tr](https://www.gelisim.edu.tr)
- Newman, A., Bavik, Y. L., Mount, M., & Shao, B. (2021). Data Collection Via Online Platforms: Challenges And Recommendations For Future Research. *Applied Psychology*. [Html]
- Newzoo. (2015). The Global Growth Of Esports Trends, Revenues, And Audience Towards 2017. [Url]

- Özdemir, A. Yönetimde İnovasyon Ve Dijital Dönüşümün Spor Yönetimine Yansimaları. Tekin, A. Ve Süleymanoğulları, M., Spor Bilimlerinde Nitel Araştırmalar. [Researchgate.Net](#)
- Pandey, P. & Pandey, M. M. (2021). Research Methodology Tools And Techniques. [Vnbrims.Org](#)
- Popović, L. (2023). Esports As A Phenomenon Of New Trends İn Tourism: A Gaming Experience Through Digital And Live Events. [Nsk.Hr](#)
- Ryška, J. (2022). Development And Forecast Of Esports Industry. [Theseus.Fi](#)
- Sabri, Z., Celayır, D., & Onursal, F. S. (2020). Pandemi Sonrası Yeni Dünya Düzeninde Teknoloji Yönetimi Ve İnsani Dijitalizasyon. [\[Html\]](#)
- Sadakaoglu, M. C., Arğın, E., & Erol, E. G. (2020). Dijital Kültür Ve Sosyal Medya Okumaları. [\[Html\]](#)
- Scholz, T. M. (2024). 28 How Esports May Influence The Digitalization Of The Media Ecosystem. De Gruyter Handbook Of Media Economics. [\[Html\]](#)
- Ströh, J. H. A. (2017). The Esports Market And Esports Sponsoring. Marburg: Tectum Verlag. [Url]
- Summerley, R. (2020). The Development Of Sports: A Comparative Analysis Of The Early Institutionalization Of Traditional Sports And E-Sports. Games And Culture. [Sagepub.Com](#)
- Şimşek, M. O. H. (2023). Türkiye'de Video Oyun Haberciliği. [\[Html\]](#)
- T.C. Aile Ve Sosyal Politikalar Bakanlığı. (2017). Dijital Dünya'da E-Spor Çalıştayı-Sonuç Raporu, Uluslararası Çocuk Ve Bilgi Güvenliği Etkinlikleri Dijital Oyunlar Çalıştayları. [Url]
- Uğur, Ö. Z. E. R. (2023). Uluslararası Spor Organizasyonlarında Dijital Teknolojinin Kullanımı Ve. Sporda İnovasyon Ve Yeni Nesil Teknolojiler, 81. [\[Html\]](#)
- Zhou, Z. (2024). Emerging Markets İn Global Esports: Opportunities And Challenges. [Theseus.Fi](#)

EK-1 GÖRÜŞME VE ONAM FORMU**Sayın Katılımcı,**

Bu çalışmanın amacı Elektronik Spor kavramına ve ekosistemine yönelik uzmanların görüşlerinin belirlenmesidir. Elektronik spor sektörünün gelişimi göz önüne alındığında bu alanın gerisinde kalmamak, bu alanla ilgili tanımlamaları bilimsel olarak ortaya çıkarmak için farkındalık çalışmaları gerekmektedir. Bilhassa e-spor sektör deneyimi olan sporcuların, uzmanların, takımların ve spor bilimcilerin bu konudaki görüşleri ve yönelimleri kabul görme açısından önem arz etmektedir. Bu görüşme yoluyla paylaşacağınız bilgiler, söylemler ve görüşler sadece bilimsel çalışmada kullanılacak ve isminiz herhangi bir mecrada belirtilmeyecek/kullanılmayacaktır. Lütfen çalışmaya gönüllü katılım sağladığınızı belirtiniz. Katılımınız için teşekkür ederiz.

Enes Buğra ÖZ
Akdeniz Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sorular

İsim-Soyisim :
Yaş :
Meslek/Unvan :
Mesleki Deneyim (yıl) :
İdari Göreviniz var mı? :

1. ESpor alanına yönelme sebebiniz nedir?

2. ESpor'un Türkiye'deki gelişimini nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Gelişimi tetikleyen faktörler nelerdir?
- Geleneksel sporlar ile bağdaştırabilir misiniz?
- Geleneksel sporlarla arasındaki farklar nelerdir?

3. ESpor ekosistemini nasıl değerlendiriyorsunuz?

- Oyuncu, taraftar ve yatırımcı açısından değerlendiriniz.

4. ESpor'un ülkemizde 4 milyon kişi tarafından takip edildiği ve 32 milyon kişinin de farkındalığının olduğu açıklandı. Bu ilgiyi nasıl yorumlarsınız.

- Köklü kulüplerin bu sektöre girişi nasıl etkilemiştir?

5. ESpor pazarının değeri ile spor ekonomisinin pasta payı nasıl değişir?

- Geleneksel sporları geçer mi?

6. Kulüpleşmenin espora ne katkısı oldu?

7. Federasyonun aktif hale gelmesi sektöre ne kazandırdı?

- Spor yönetimi açısından federatif yapıyı değerlendirebilir misiniz?
- Bakanlığın üstlenmesi gereken roller nelerdir?

8.ESpor ile spor pazarlamasının yönü değişir mi? Sponsorluk, tanıtım faaliyetleri vs

9. ESpor eğitimini hangi seviyede vermek daha uygundur?

- Yükseköğretim kurumlarında nasıl değerlendirilmeli?

10. Yeni nesil spor olarak değerlendirilen esporun gelişimi ve yaygınlaşmasında hangi kurumların üzerine ne tür görevler düşmektedir?

ÖZGEÇMİŞ

Adı ve SOYADI	Enes Buğra ÖZ
EĞİTİM DURUMU	
Mezun Olduğu Lise	Seyhan Rotary Anadolu Lisesi
Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Rekreasyon Bölümü
Yüksek Lisans Diploması	Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Rekreasyon Anabilim Dalı
Yabancı Dil / Diller	İngilizce
İŞ DENEYİMİ	
Çalıştığı Kurumlar	Konya Gençlik ve Spor İl Müdürlüğü'nde Spor Uzmanı